

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* BAGIAN HUMAS DAN PROTOKOL SEKRETARIAT
DAERAH KOTA MATARAM DALAM UPAYA PEMBENTUKAN CITRA KOTA
MATARAM**

SKRIPSI

**Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan Peminatan *Public
Relations***

Oleh:

BAIQ MIRNA GITA PURNAMA

125120200111081



**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

MALANG

2018

DAFTAR BAGAN

	Hlm
Bagan 2.1	20
Bagan 2.3	40
Bagan 4.1	68



DAFTAR GAMBAR

	Hlm
Gambar 2.1 Konsep Pembentukan Citra.....	29
Gambar 4.1 Logo Kota Mataram.....	62
Gambar 4.2 Kepala Bagian Humas dan Protokol.....	76
Gambar 4.3 Kepala Sub Bagian Humas.....	78
Gambar 4.4 Staf Sub Bagian Humas.....	79
Gambar 4.5 Penyiar Radio Suara Kota	80
Gambar 4.6 Wartawan Lombok Pos.....	81
Gambar 4.7 Wartawan Lombok Post.....	81
Gambar 4.8 Kegiatan <i>Coffee Morning</i>	92
Gambar 4.9 Liputan Kegiatan Kepala Daerah.....	93
Gambar 4.10 Kegiatan <i>Welcome Dinner</i>	95
Gambar 4.11 Kegiatan <i>Special Events</i>	96
Gambar 4.12 Kegiatan Wawancara pers.....	97
Gambar 4.13 Kegiatan <i>Press Briefing</i>	99
Gambar 4.14 Kegiatan Konferensi pers.....	100

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
	Hlm
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Dasar Teoritis.....	13
2.1.1 Humas Pemerintah.....	13
2.1.2 <i>Media Relations</i> dalam Instansi Pemerintah.....	16
2.1.3 Pembentukan Citra pada Instansi Pemerintah.....	24
2.1.4 Pembentukan Citra melalui <i>Media Relations</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Pendekatan.....	43
3.3 Lokasi Penelitian.....	44
3.4 Fokus Penelitian.....	44
3.5 Sumber Data.....	45
3.6 Teknik Pemilihan Informan.....	47
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	49
3.7.1 Wawancara.....	49
3.7.2 Dokumentasi.....	50
3.8 Teknik Analisis Data.....	50
3.9 Keabsahan Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum.....	53
4.1.1 Kota Mataram.....	53
4.1.2 Pemerintah Kota Mataram.....	61
4.1.3 Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.....	63
4.1.4 Visi, Misi, Komitmen Bersama dan Maklumat Pelayanan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.....	73
4.2 Profil Informan.....	76
4.3 Penyajian Data	82
4.3.1 Aktivitas <i>Media Relations</i> Bagian Humas.....	82
4.3.2 Strategi <i>Media Relations</i> Bagian Humas.....	101
4.3.3 Kerjasama media yang digunakan oleh Bagian Humas.....	115
4.3.5 <i>Media Relations</i> sebagai upaya untuk membentuk citra Kota Mataram.....	119
4.4 Analisis Data.....	128

4.4.1 Pelaksanaan *Media Relations* oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.....128

4.4.2 Membangun Hubungan Sebagai Strategi *Media Relations*.....134

4.4.3 Upaya Bagian Humas dalam Pembentukan Citra Kota Mataram.....138

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....142

5.1 Kesimpulan.....142

5.2 Saran.....143



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Hasil Wawancara
Lampiran 2	Kumpulan Pidato Walikota Mataram
Lampiran 3	<i>Bulletin</i> Bagian Humas dan Protokol
Lampiran 4	<i>Booklet</i> Bagian Humas dan Protokol
Lampiran 5	<i>Press Release</i> Bagian Humas dan Protokol
Lampiran 6	Surat Kunjungan Kerja Wartawan
Lampiran 7	Undangan Kegiatan Kepala Daerah
Lampiran 8	Kliping Media Bagian Humas dan Protokol
Lampiran 9	Rubrik Kerjasama Media dengan Suara NTB
Lampiran 10	Rubrik Kerjasama Media dengan Lombok Post



DAFTAR TABEL

	Hlm
Tabel 2.3	35
Tabel 4.3	125



**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* BAGIAN HUMAS DAN PROTOKOL
SEKRETARIAT DAERAH KOTA MATARAM DALAM UPAYA
PEMBENTUKAN CITRA KOTA MATARAM**

SKRIPSI

**Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan
Peminatan *Public Relations***

Oleh:

BAIQ MIRNA GITA PURNAMA

125120200111081



**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG**

2018

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* BAGIAN HUMAS DAN PROTOKOL
SEKRETARIAT DAERAH KOTA MATARAM DALAM UPAYA
PEMBENTUKAN CITRA KOTA MATARAM**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

BAIQ MIRNA GITA PURNAMA

NIM. 125120200111081

Telah diuji dan dinyatakan LULUS dalam Ujian Sarjana pada tanggal 25 Juli 2018
Tim Penguji

Pembimbing I

M. Fikri, A.R, S.Kom, M.A
NIP/ NIK 198704092015041003

Anggota Penguji I

Nilam Wardasari, S. I. Kom, M. I. Kom
NIP/NIK 2014058812612001

Pembimbing II

Fariza Yuniar R, S. I.Kom, M.I.Kom
NIP/NIK 2015038906022001

Anggota Penguji II

Akh. Muwafik Saleh,S.Sos,M.si
NIP/NIK 19740606200641001

Malang, Agustus 2018

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Brawijaya**

Prof.Dr.Unti Ludigdo, Ak
NIP/NIK 196908141994021001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Baiq Mirna Gita Purnama

NIM : 125120200111081

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul

**Strategi *Media Relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah
Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram**

adalah benar merupakan karya sendiri. Hal – hal yang bukan karya saya, diberi tanda citasi yang ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh.

Malang, Agustus 2018

Baiq Mirna Gita Purnama

125120200111081

ABSTRAK

Baiq Mirna Gita Purnama (125120200111081), Skripsi “Strategi *Media Relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram”. Dosen Pembimbing I : M. Fikri AR, S. Kom, M.A dan Dosen Pembimbing II : Fariza Yuniar Rahmawati, S. I. Kom, M. I. Kom.

Bagian Humas dan Protokol menyadari keberadaan media dapat sebagai mitra ataupun ancaman bagi Pemerintah Kota Mataram jika tidak dikelola dengan baik. Segala bentuk kegiatan di media baik penyebaran arus informasi dan komunikasi dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk keterbukaan informasi bagi publik serta dapat menjadi alat untuk membentuk citra positif bagi Pemerintah Kota Mataram melalui pemberitaan. Kegiatan Pembentukan Citra Kota Mataram dilakukan salah satunya oleh Bagian Humas dan Protokol melalui *media relations*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan interpretif. Data yang didapat melalui hasil wawancara dengan teknik *purposive sampling* dengan informan kunci dari Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dan informan pendukung dari awak media.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menarik kesimpulan bahwa Humas Pemerintah Kota Mataram melakukan kegiatan strategi *media relations* untuk membentuk citra Kota Mataram dengan menjalin relasi dan memberikan informasi, menjalin hubungan personal, mengembangkan strategi dengan melakukan berbagai kegiatan dan pelatihan dengan berbagai media serta mengembangkan jaringan melalui organisasi kehumasan. Humas Pemerintah Kota Mataram menitikberatkan pembentukan opini publik melalui *media relations* sehingga Kota Mataram dapat memperoleh citra yang diinginkan sesuai dengan visinya Mataram “Maju, Religius dan Berbudaya”.

Kata kunci : Humas, *Media Relations*, Pemerintah Kota Mataram, Citra

ABSTRACT

Baiq Mirna Gita Purnama (125120200111081), Skripsi “Strategi *Media Relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram”. Dosen Pembimbing I : M. Fikri AR, S. Kom, M.A dan Dosen Pembimbing II : Fariza Yuniar Rahmawati, S. I. Kom, M. I. Kom.

Public Relations and Protocols are aware of the existence of the media as a partner or threat to the City Government of Mataram if not managed properly. All forms of activities in the media both the dissemination of information and communication can be utilized as a means for information disclosure for the public and can be a tool to form a positive image for the Government of Mataram through the news. Citra Formation Activities Mataram conducted one of them by the Public Relations and Protocol through the media relations

This research uses descriptive qualitative method with interpretif approach. Data obtained through interview with purposive sampling technique with key informant from Public Relations Division and Protocol of Regional Secretariat of Mataram City and supporting informant from media crew.

Based on the results of the research, the researchers draw the conclusion that the Public Relations of Mataram City Government undertakes media relations strategy activities to form the image of Mataram City by establishing relationships and providing information, establishing personal relationships, developing strategies by conducting various activities and training with various media and developing networks through public relations organization . Public Relations of the City Government of Mataram emphasizes the formation of public opinion through media relations so that the city of Mataram can obtain the desired image in accordance with his vision Mataram "Advanced, Religious and Cultured"

Keywords : Public Relations, Media Relations, Government of Mataram City, Image

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat, Hidayah, dan Anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang. Skripsi ini berjudul **“Strategi Media Relations Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram”**.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala dan hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga berbagai kendala dan hambatan dapat dilalui. Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan mengkritik penulis dalam pengerjaan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang turut membantu, khususnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan berkat, rahmat, karunia, serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Yth. Bapak Prof. Dr. Unti Ludigdo, Ak selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang.
3. Yth. Bapak Dr. Antoni selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang.
4. Yth. Bapak M. Fikri, A.R, S. Kom, MA selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan, ilmu, waktu dan semangat serta

- memberikan pengarahan kepada penulis dan selalu sabar membimbing penulis sehingga dapat menyusun skripsi ini.
5. Yth. Ibu Fariza Yuniar, S. I. Kom, M. I. Kom selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan masukan, ilmu, waktu dan semangat serta memberikan arahan kepada penulis dan selalu sabar membimbing penulis sehingga dapat menyusun skripsi ini.
 6. Yth. Bapak H. Akh. Muwafik Saleh, S. Sos, M. Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
 7. Seluruh Staf Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram, Mamik Mahsun, Ibu Yuli, Mbak Ade, Mbak Indah, Mbak Indi, Mbak Mita, dan Mbak Anik yang selalu baik dan membantu dalam pelaksanaan penelitian, serta wartawan yang bekerjasama dengan Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram, penulis mengucapkan terima kasih karena telah memberikan informasi – informasi yang diperlukan oleh penulis selama melakukan kegiatan penelitian.
 8. Orang tua penulis, Mamik yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi dan doa untuk kesuksesan penulis, Mama yang selalu mengingatkan penulis dan mendoakan penulis, Baiq Najwa Aulia Azni yang paling sering mengingatkan penulis untuk mengerjakan skripsi, Papuk, Bik Suk, Bik Onde, Bapak Sul, Bik Dedeh dan seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada penulis.
 9. Sahabat, saudara, teman terbaik penulis Novita Royana yang selalu memberikan dukungan kepada penulis, Ghaniyya Sulthona yang selalu memberikan doa dan dukungan, Baiq Aninnisa Nilna Savitri yang selalu mengantar penulis untuk melakukan bimbingan, Shanty Eko Syilawaty yang selalu setia dan memberikan motivasi kepada penulis, teman – teman BOC Maya Sophia N, Ambar Ayu L, Liafani Karen, Anindya Chintya, Elvira Sundari , Laily Nurfiana, Meary I Ohno yang setia mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi.
 10. Teman – teman pendukung di Malang, teman – teman Anak Bakrie, Idris, Rinal, Ardi, Alvin, Soleh, anak – anak Teman Malam yang menghilangkan penat penulis saat mengerjakan skripsi.
 11. Seluruh teman – teman Ilmu Komunikasi angkatan 2012.

12. Seluruh teman dan berbagai pihak yang telah membantu, tetapi tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya.

Dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak kekurangan yang memerlukan koreksi dan penyempurnaan oleh peneliti selanjutnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan penelitian lebih lanjut. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, Agustus 2018

Penulis

Baiq Mirna Gita Purnama



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv

Hlm

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Dasar Teoritis.....	13
2.1.1 Humas Pemerintah.....	13
2.1.2 <i>Media Relations</i> dalam Instansi Pemerintah.....	16
2.1.3 Pembentukan Citra pada Instansi Pemerintah.....	24
2.1.4 Pembentukan Citra melalui <i>Media Relations</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Pendekatan.....	43

3.3 Lokasi Penelitian.....	44
3.4 Fokus Penelitian.....	44
3.5 Sumber Data.....	45
3.6 Teknik Pemilihan Informan.....	47
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	49
3.7.1 Wawancara.....	49
3.7.2 Dokumentasi.....	50
3.8 Teknik Analisis Data.....	50
3.9 Keabsahan Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum.....	53
4.1.1 Kota Mataram.....	53
4.1.2 Pemerintah Kota Mataram.....	61
4.1.3 Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.....	63
4.1.4 Visi, Misi, Komitmen Bersama dan Maklumat Pelayanan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.....	73
4.2 Profil Informan.....	76
4.3 Penyajian Data	82
4.3.1 Aktivitas <i>Media Relations</i> Bagian Humas.....	82
4.3.2 Strategi <i>Media Relations</i> Bagian Humas.....	101
4.3.3 Kerjasama media yang digunakan oleh Bagian Humas.....	115
4.3.5 <i>Media Relations</i> sebagai upaya untuk membentuk citra Kota Mataram.....	119
4.4 Analisis Data.....	128
4.4.1 Pelaksanaan <i>Media Relations</i> oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.....	128

4.4.2 Membangun Hubungan Sebagai Strategi <i>Media Relations</i>	134
4.4.3 Upaya Bagian Humas dalam Pembentukan Citra Kota Mataram.....	138
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	142
5.1 Kesimpulan.....	142
5.2 Saran.....	143



DAFTAR BAGAN

	Hlm
Bagan 2.1	20
Bagan 2.3	40
Bagan 4.1	68



DAFTAR TABEL

Hlm

Tabel 2.3	35
Tabel 4.3	125



DAFTAR GAMBAR

	Hlm
Gambar 2.1 Konsep Pembentukan Citra.....	29
Gambar 4.1 Logo Kota Mataram.....	62
Gambar 4.2 Kepala Bagian Humas dan Protokol.....	76
Gambar 4.3 Kepala Sub Bagian Humas.....	78
Gambar 4.4 Staf Sub Bagian Humas.....	79
Gambar 4.5 Penyiar Radio Suara Kota	80
Gambar 4.6 Wartawan Lombok Pos.....	81
Gambar 4.7 Wartawan Lombok Post.....	81
Gambar 4.8 Kegiatan <i>Coffee Morning</i>	92
Gambar 4.9 Liputan Kegiatan Kepala Daerah.....	93
Gambar 4.10 Kegiatan <i>Welcome Dinner</i>	95
Gambar 4.11 Kegiatan <i>Special Events</i>	96
Gambar 4.12 Kegiatan Wawancara pers.....	97
Gambar 4.13 Kegiatan <i>Press Briefing</i>	99
Gambar 4.14 Kegiatan Konferensi pers.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Hasil Wawancara
Lampiran 2	Kumpulan Pidato Walikota Mataram
Lampiran 3	<i>Bulletin</i> Bagian Humas dan Protokol
Lampiran 4	<i>Booklet</i> Bagian Humas dan Protokol
Lampiran 5	<i>Press Release</i> Bagian Humas dan Protokol
Lampiran 6	Surat Kunjungan Kerja Wartawan
Lampiran 7	Undangan Kegiatan Kepala Daerah
Lampiran 8	Kliping Media Bagian Humas dan Protokol
Lampiran 9	Rubrik Kerjasama Media dengan Suara NTB
Lampiran 10	Rubrik Kerjasama Media dengan Lombok Post

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat, Hidayah, dan Anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Penulisan skripsi ini diajukan untuk untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang. Skripsi ini berjudul **“Strategi *Media Relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram”**.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala dan hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga berbagai kendala dan hambatan dapat dilalui. Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan mengkritik penulis dalam pengerjaan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang turut membantu, khususnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan berkat, rahmat, karunia, serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Yth. Bapak Prof. Dr. Unti Ludigdo, Ak selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang.
3. Yth. Bapak Dr. Antoni selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang.
4. Yth. Bapak M. Fikri, A.R, S. Kom, MA selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan, ilmu, waktu dan semangat serta memberikan pengarahan kepada penulis dan selalu sabar membimbing penulis sehingga dapat menyusun skripsi ini.

5. Yth. Ibu Fariza Yuniar, S. I. Kom, M. I. Kom selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan masukan, ilmu, waktu dan semangat serta memberikan arahan kepada penulis dan selalu sabar membeimbing penulis sehingga dapat menyusun skripsi ini.
6. Yth. Bapak H. Akh. Muwafik Saleh, S. Sos, M. Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Staf Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram, Mamik Mahsun, Ibu Yuli, Mbak Ade, Mbak Indah, Mbak Indi, Mbak Mita, dan Mbak Anik yang selalu baik dan membantu dalam pelaksanaan penelitian, serta wartawan yang bekerjasama dengan Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram, penulis mengucapkan terima kasih karena telah memberikan informasi – informasi yang diperlukan oleh penulis selama melakukan kegiatan penelitian.
8. Orang tua penulis, Mamik yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi dan doa untuk kesuksesan penulis, Mama yang selalu mengingatkan penulis dan mendoakan penulis, Baiq Najwa Aulia Azni yang paling sering mengingatkan penulis untuk mengerjakan skripsi, Papuk, Bik Suk, Bik Onde, Bapak Sul, Bik Dedeh dan seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada panulis.
9. Sahabat, saudara, teman terbaik penulis Novita Royana yang selalu memberikan dukungan kepada penulis, Ghaniyya Sulthona yang selalu memberikan doa dan dukungan, Baiq Aninnisa Nilna Savitri yang selalu mengantar penulis untuk melakukan bimbingan, Shanty Eko Syilawaty yang selalu setia dan memberikan motivasi kepada penulis, teman – teman BOC Maya Sophia N, Ambar Ayu L, Liafani Karen, Anindya Chintya, Elvira Sundari , Laily Nurfiana, Meary I Ohno yang setia mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi.
10. Teman – teman pendukung di Malang, teman – teman Anak Bakrie, Idris, Rinal, Ardi, Alvin, Soleh, anak – anak Teman Malam yang menghilangkan penat penulis saat mengerjakan skripsi.
11. Seluruh teman – teman Ilmu Komunikasi angkatan 2012.
12. Seluruh teman dan berbagai pihak yang telah membantu, tetapi tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya.

Dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak kekurangan yang memerlukan koreksi dan penyempurnaan oleh peneliti selanjutnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan

saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan penelitian lebih lanjut. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, Agustus 2018

Penulis

Baiq Mirna Gita Purnama



LEMBAR DAFTAR PENGUJI SKRIPSI

Skripsi ini telah diuji oleh tim penguji pada tanggal 25 Juli 2018 dengan daftar penguji sebagai berikut:

NO	NAMA	JABATAN PENGUJI
1	M. Fikri. AR,S.Kom, M.A	Ketua Majelis Sidang
2	Fariza Yuniar R, S.Ikom, M.I.Kom	Sekretaris Majelis Sidang
3	Nilam Wardasari, S.Ikom, M.Ikom	Anggota Sidang Penguji 1
4	Akh Muwafik Saleh,S.Sos, M.Si	Anggota Sidang Penguji 2



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI MEDIA RELATIONS BAGIAN HUMAS DAN PROTOKOL SEKRETARIAT DAERAH KOTA MATARAM DALAM UPAYA PEMBENTUKAN CITRA KOTA MATARAM

SKRIPSI

Disusun Oleh:

BAIQ MIRNA GITA PURNAMA

NIM. 125120200111081

Telah diuji dan dinyatakan LULUS dalam Ujian Sarjana pada tanggal 25 Juli 2018
Tim Penguji

Pembimbing I

M. Fikri, A.R, S.Kom, M.A
NIP/ NIK 198704092015041003

Pembimbing II

Fariza Yuniar R, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP/NIK 2015038906022001



Anggota Penguji I

pi'ce' qn'Arqisodae

Nilam Wardasari, S.I. Kom, M.I. Kom
NIP/NIK 2014058812612001

Anggota Penguji II

VA WIAWVA

Akh. Muwafik Saleh, S.Sos, M.si
NIP/NIK 19740606200641001

Malang, Agustus 2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Brawijaya



Prof Dr. Iridi Laidigdo, Ak
NIP/NIK 196908141994021001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Baiq Mirna Gita Purnama

NIM : 125120200111081

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul

**Strategi *Media Relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram
dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram**

adalah benar merupakan karya sendiri. Hal – hal yang bukan karya saya, diberi tanda citasi yang ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti prnyataan saya ini tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh.

Malang, Agustus 2018

Baiq Mirna Gita Purnama

125120200111081

ABSTRAK

Baiq Mirna Gita Purnama (125120200111081), Skripsi “Strategi *Media Relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram”. Dosen Pembimbing I : M. Fikri AR, S. Kom, M.A dan Dosen Pembimbing II : Fariza Yuniar Rahmawati, S. I. Kom, M. I. Kom.

Bagian Humas dan Protokol menyadari keberadaan media dapat sebagai mitra ataupun ancaman bagi Pemerintah Kota Mataram jika tidak dikelola dengan baik. Segala bentuk kegiatan di media baik penyebaran arus informasi dan komunikasi dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk keterbukaan informasi bagi publik serta dapat menjadi alat untuk membentuk citra positif bagi Pemerintah Kota Mataram melalui pemberitaan. Kegiatan Pembentukan Citra Kota Mataram dilakukan salah satunya oleh Bagian Humas dan Protokol melalui *media relations*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan interpretif. Data yang didapat melalui hasil wawancara dengan teknik *purposive sampling* dengan informan kunci dari Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dan informan pendukung dari awak media.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menarik kesimpulan bahwa Humas Pemerintah Kota Mataram melakukan kegiatan strategi *media relations* untuk membentuk citra Kota Mataram dengan menjalin relasi dan memberikan informasi, menjalin hubungan personal, mengembangkan strategi dengan melakukan berbagai kegiatan dan pelatihan dengan berbagai media serta mengembangkan jaringan melalui organisasi kehumasan. Humas Pemerintah Kota Mataram menitikberatkan pembentukan opini publik melalui *media relations* sehingga Kota Mataram dapat memperoleh citra yang diinginkan sesuai dengan visinya Mataram “Maju, Religius dan Berbudaya”.

Kata kunci : Humas, *Media Relations*, Pemerintah Kota Mataram, Citra

ABSTRACT

Baiq Mirna Gita Purnama (125120200111081), Skripsi “Strategi *Media Relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra

Kota Mataram". Dosen Pembimbing I : M. Fikri AR, S. Kom, M.A dan Dosen Pembimbing II : Fariza Yuniar Rahmawati, S. I. Kom, M. I. Kom.

Public Relations and Protocols are aware of the existence of the media as a partner or threat to the City Government of Mataram if not managed properly. All forms of activities in the media both the dissemination of information and communication can be utilized as a means for information disclosure for the public and can be a tool to form a positive image for the Government of Mataram through the news. Citra Formation Activities Mataram conducted one of them by the Public Relations and Protocol through the media relations

This research uses descriptive qualitative method with interpretif approach. Data obtained through interview with purposive sampling technique with key informant from Public Relations Division and Protocol of Regional Secretariat of Mataram City and supporting informant from media crew.

Based on the results of the research, the researchers draw the conclusion that the Public Relations of Mataram City Government undertakes media relations strategy activities to form the image of Mataram City by establishing relationships and providing information, establishing personal relationships, developing strategies by conducting various activities and training with various media and developing networks through public relations organization . Public Relations of the City Government of Mataram emphasizes the formation of public opinion through media relations so that the city of Mataram can obtain the desired image in accordance with his vision Mataram "Advanced, Religious and Cultured"

Keywords : Public Relations, Media Relations, Government of Mataram City, Image

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan yang terbentuk dari beberapa wilayah Provinsi, Kabupaten dan Kota menjadikannya sebagai negara yang membutuhkan dukungan dari berbagai wilayahnya untuk menjadi negara yang lebih baik. Untuk memajukan daerah tentunya dibutuhkan pemerintah yang baik (*Good Governance*), *Good Governance* menurut *World Bank* adalah penyelenggaraan manajemen pembangunan yang solid dan bertanggung jawab yang sejalan dengan demokrasi (Sedarmayanti, 2009, h.273).

Pemerintah dalam menyelenggarakan pembangunan yang baik dan sejalan dengan demokrasi tentunya memerlukan aspirasi masyarakat untuk memberi dukungan dan ikut berpartisipasi untuk memajukan daerah. Hal ini ditujukan pemerintah untuk memajukan daerah, mendapatkan kredibilitas, simpati dari masyarakat agar setiap program dan kebijakan guna mewujudkan cita – cita kesejahteraan daerah. Pemerintah pada hakikatnya adalah pelayan masyarakat, pemerintah ada bukan hanya untuk melayani organisasi sendiri, namun melayani masyarakat setia menciptakan kondisi yang memungkinkan setiap anggota masyarakat mengembangkan kemampuan dan kreatifitasnya demi mencapai tujuan bersama (Rasyid 1998, h.139). Pemerintah Daerah bersama rakyat membangun daerah melalui kegiatan – kegiatan, program dan tujuan daerah. Untuk memudahkan setiap kegiatan dan program pemerintah, pemerintah perlu menggunakan media yang dapat memudahkan komunikasi dan informasi terkait perencanaan, perumusan kebijakan, transparansi administrasi, dokumentasi kegiatan pemerintah, pengalokasian dana daerah, serta publikasi.

Salah satu bagian yang dapat bertugas dan berhubungan langsung dengan media terkait peran dan fungsinya dalam instansi pemerintahan adalah Bagian Hubungan Masyarakat

(Humas). Kota Mataram sebagai salah satu wilayah pemerintahan tingkat Dati II yang terbentuk berdasarkan keputusan Menteri Dalam Negeri berdasarkan UU No. 4 Tahun 1993 telah ditetapkan sebagai Kota Madya Mataram pada 31 Agustus 1994 berhak untuk menjalankan fungsi dan peran otonomi daerah (<http://mataramkota.go.id/sejarah>, diakses pada 15 Oktober 2017)

Kota Mataram sudah melalui 22 tahun sebagai ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Barat. Kota Mataram sebagai salah satu kota di Indonesia tentunya bersaing dengan berbagai kota lainnya. Untuk memajukan daerahnya, Kota Mataram tentunya berproses untuk memajukan daerah guna mencapai tujuannya sesuai dengan visi Kota Mataram, yaitu “Maju, Religius dan Berbudaya” (<http://blogmataram.blogspot.co.id/2010/08/visi-misi-kota-mataram.html>, diakses tanggal 15 Oktober 2017).

Kota Mataram untuk mewujudkan visi dan misi membuktikan dengan penghargaan – penghargaan yang diraih dan menunjukkan eksistensinya sebagai kota yang sedang berkembang. Penghargaan yang berhasil diraih oleh Kota Mataram salah satunya adalah; Peringkat I Nasional Keterpaduan Infrastruktur Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Tahun 2016, Penghargaan dari Ombudsman RI kepada sejumlah SKPD dalam mengimplementasikan UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik Tahun 2014, Peringkat 2 Pemeringkatan Keterbukaan Informasi Badan Publik Kategori Pemkab/ Kota se- Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2015 (<http://mataramkota.go.id/penghargaan>, diakses tanggal 15 Oktober 2017).

Kota Mataram yang merupakan ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Barat saat ini sedang giat melaksanakan perbaikan fasilitas, perencanaan program, promosi daerah dan membangun citra. Mahmudin Turra (2015) memberikan pernyataan pada media online Bali.bisnis.com (31/03/15) yang memuat pemberitaan mengenai pernyataan dari Kepala Dinas Pekerjaan Umum

(DPU) Kota Mataram Mahmuddin Tura, yang mengatakan anggaran pembangunan sepanjang 45 kilometer jalan lingkungan akan dikerjakan dan dana sebesar 50 miliar rupiah bersumber dari APBN Perubahan 2015 (<http://bali.bisnis.com/read/20150331/74/50599/perbaiki-jalan-45-km-mataram-anggarkan-rp50-miliar->, diakses tanggal 15 Oktober 2017).

Selain itu, Hj. Putu Selly selaku Penjabat Walikota Mataram (2015) menyatakan pada media online rrimataram.com (25/11/15) bahwa pemerintah Kota Mataram merencanakan Pendapatan Daerah dalam Rancangan Anggaran Pemerintah Belanja Daerah (RAPBD) sebesar Rp. 1.309.963.000.000,00 untuk dapat mensukseskan tiga program pembangunan di Tahun 2016. Beberapa program pembangunan tersebut diantaranya adalah; Pemberdayaan ekonomi kerakyatan, peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Kota Mataram, dan peningkatan kualitas dan kuantitas sarana dan prasarana di Kota Mataram (<http://rrimataram.com/pemerintah-koya-mataram-prioritaskan-tiga-program-pembangunan-2016/>, diakses tanggal 15 Oktober 2017)

Selain pembenahan di bidang pembangunan wilayah kota, dalam kegiatan untuk tujuan promosi wilayah Kota Mataram mulai dengan mengenalkan produk, jasa dan potensi wilayah yang dapat menarik rasa ingin tahu dari wisatawan baik lokal maupun asing. Bagian Humas Kota Mataram dalam menjalankan kegiatan promosi dan untuk menunjukkan eksistensinya kepada masyarakat menggandeng media sebagai alat penyebar informasi (Hasil wawancara pra penelitian dengan Ibu Martha Yuli selaku Kepala Bidang Humas pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram).

Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan (khalayak). Istilah “massa” mengacu pada kolektivitas tanpa bentuk, yang komponennya sulit dibedakan satu sama lain (McQuail, 1994, h.31). Seperti yang diketahui, media saat ini adalah sebuah alat yang sangat menunjang berbagai kegiatan informasi serta dekat dengan setiap orang. Media massa menurut Ahmad (1992) juga berfungsi memantau berbagai

aktivitas pemerintah (<http://altajdidstain.blogspot.co.id/2011/02/media-massa-dan-masyarakat.html>, diakses pada tanggal 15 Oktober 2017). Adapun pernyataan tentang media oleh jurnal Khodarami, Ehsan (2009, h. 535) yang berjudul “*Disaster Prevention and Management*”, yaitu :

“Media are’s now part of almost everyone’s everyday life throughout the globe. Rapid growth of new media and impacts of media, in general, is inexorable, particularly by presence of the internet, interactive and digital media.”

Kutipan di atas artinya, “ Media saat ini merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari hampir semua orang di seluruh dunia. Pertumbuhan yang cepat dari *new media* (media baru) serta dampak dari media pada umumnya tidak dapat dihindari, terutama dengan kehadiran internet, interaktif dan media digital.

Kota Mataram melalui bagian humas mempromosikan daerah melalui program – program yang telah disusun oleh praktisi humas dan pemerintah daerah. Adapun beberapa strategi humas pemerintah Kota Mataram paling banyak dilakukan dengan dua cara, diantaranya adalah *Media Relations* dan *Special Events*. Namun, intensitas kegunaan yang paling sering dilakukan oleh humas pemerintah Kota Mataram adalah melalui media (Sumber Pra Penelitian pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram). Adapun beberapa upaya yang digunakan oleh praktisi humas untuk membangun *media relations* diantaranya adalah melalui; *press conference, press briefing, press tour, press release, Special Events, Press luncheon*, dan *Press Interview* (Ardianto, 2014, h.268).

Kota Mataram sebagai sebuah organisasi perlu menjalin hubungan yang baik dengan media, keberadaan media bagi sebuah organisasi adalah sebagai wadah penyalur informasi bagi organisasi dengan publik. Seorang praktisi humas di dalam sebuah organisasi menjadi pemeran utama untuk menjalin dan merekatkan hubungan diantara pihak organisasi dan media, hubungan yang dibentuk oleh pihak organisasi dan media biasa disebut *media relations*. *Media Relations* adalah aktivitas humas untuk menjalin hubungan baik dengan media massa dalam rangka

pencapaian pengertian, serta dukungan dalam bentuk publikasi organisasi yang maksimal dan berimbang (Wardhani, 2008, h.1)

Dengan adanya hubungan baik yang dijalin oleh Kota Mataram dengan media, diharapkan bahwa pemberitaan dan segala bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pemerintah dapat memberikan hasil yang baik. Bentuk publisitas, pemberitaan yang baik sangatlah dibutuhkan oleh Kota Mataram yang sedang membangun citra.

Dengan adanya media sebagai alat penyambung kebutuhan pemenuhan informasi dan alat pembentuk citra yang dianggap tepat sasaran dikarenakan pada era desa global diharapkan media dapat menjadi penyatu pemikiran bagi pelaku kegiatan dan penerima informasi tersebut. Selain itu, keberadaan media dan publisitas menjadi bukti dari hasil kerja nyata pemerintahan agar dapat dilihat oleh publiknya. Hal ini diperkuat oleh Woolpert, Elton (1940, h.636) dalam jurnalnya yang berjudul “ *Public Relations in Local Government* ” yang menyatakan bahwa;

“Publicity and reporting are means of telling the public what the city government has done, is doing, and plans to do.”

Kutipan di atas artinya adalah, “publisitas dan pelaporan dimaksudkan untuk memberitahu publik apa yang telah dilakukan oleh pemerintah kota, yang sedang dikerjakan dan yang sedang direncanakan.” Hal yang perlu diperhatikan oleh Pemerintah Kota Mataram adalah dengan melaksanakan program dan kebijakan pemerintah dengan baik sehingga dapat tercapai visi atau tujuan pemerintah dan membentuk citra yang lebih baik. Selain itu, pemerintah Kota Mataram juga dituntut untuk dapat menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, menyampaikan informasi dan dapat menyatukan kesepahaman pemikiran terkait segala peraturan, program dan tujuan daerah. Hal ini juga dikemukakan oleh Ardianto (2014), bahwa pemerintah harus benar – benar untuk kepentingan rakyat. Humas pemerintah juga dituntut untuk mampu menciptakan, membangun dan membina hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

Keinginan pihak pemerintah dan masyarakat menjadi acuan bagi pembuatan kebijakan publik dan pelayanan publik. Adapun Zhang Di (2012, h. 690) dalam jurnal yang berjudul “A

Relational Perspective on Media Relations Strategies: The Chinese Governments News Conferences from 2001 to 2009” menyatakan, bahwa :

“Media relations guidebooks often emphasize the importance of access. In an effort to improve reporters’ access to the government’s decision-making processes and government-related information, then government holds press offices, news conferences and background briefings. It launches other routine channels and installs press officers to answer media questions in a timely manner.”

Kutipan di atas artinya, “buku panduan *media relations* sering menekankan pada pentingnya akses (hubungan) . Dalam upaya untuk meningkatkan hubungan dengan wartawan untuk proses pengambilan keputusan dan informasi yang berhubungan dengan pemerintah, pemerintah menggandeng kantor pers, dan melakukan konferensi pers serta pengarahan. Dengan adanya pernyataan di atas, menguatkan bahwa keberadaan media bagi pemerintah sangat berpengaruh untuk tujuan pemerintah, baik untuk tujuan pelaksanaan program, kegiatan dan promosi.

Dengan membangun dan membina hubungan antara pemerintah dan media maka diharapkan hubungan yang dijalin adalah hubungan yang baik dan menguntungkan. Hal ini dikarekanakan peran dan fungsi Humas adalah membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal, selain itu humas juga berupaya menciptakan pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut (Ruslan, 2005, h. 27). Oleh karena itu, humas dituntut untuk menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak, seperti; masyarakat, media, dll.

Hubungan yang baik dengan pihak media dipercaya dapat menghasilkan pemberitaan yang baik. Selain itu, dengan berhubungan media banyak organisasi/ perusahaan yang berhasil meningkatkan potensinya untuk mencerminkan citra yang diinginkan (Ardianto, 2014, h. 270).

Adapun Khodarami, Ehsan (2009, h.538) berpendapat dalam jurnal yang berjudul “*Disaster Prevention and Management*” bahwa:

“Organisations continuously strive for developing their image and improving their long-term relationship with key publics. Wells and Spinks (1999) suggest ethics and honesty enhance positive "media exposure" while dealing

with publics. This (positive media exposure) needs to be taken into the core of every organisation's activities, in order to increase chances of improving the organisation's community image."

kutipan di atas artinya adalah, "Organisasi terus berupaya untuk mengembangkan citra mereka dan meningkatkan hubungan jangka panjang dengan publik .Wells dan Spinks (1999) menyarankan untuk memperhatikan etika dan kejujuran karena dapat meningkatkan penilaian positif ketika berhadapan dengan publik. Terpaan media yang positif perlu dijadikan inti dari kegiatan setiap organisasi dalam rangka meningkatkan peluang memperbaiki citra organisasi.

Dengan pernyataan diatas menunjukkan bahwa tujuan pemerintah selain menjalin hubungan yang baik dengan media adalah untuk lebih dekat dengan masyarakat melalui media. Dengan adanya hubungan yang baik antar pemerintah dan masyarakat, maka diharapkan bagi kedua belah pihak mampu menyamakan pemikiran, satu tujuan dalam melaksanakan segala bentuk program, kegiatan dan kebijakan yang bisa membangun citra positif bagi daerah.

Adapun pengertian citra menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990, h. 667) merupakan pemahaman kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Sedangkan menurut Ardianto (2014, h. 62) citra adalah perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi atau lembaga; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi.

Untuk mewujudkan citra yang diharapkan oleh pemerintah Kota Mataram dan masyarakat, tentunya pemerintah Kota Mataram harus bekerja keras untuk menyatukan persepsi pada kedua belah pihak. Salah satu cara yang sering digunakan oleh pemerintah Kota Mataram adalah melalui *media relations*. Dengan adanya *media relations* yang baik dapat membantu dalam pembentukan citra positif bagi sebuah instansi pemerintahan. Karena dikonsumsi oleh massa yang heterogen, pers mampu membentuk opini khalayak dan menimbulkan citra – citra pihak yang diberitakan. Opini dan citra khalayak bisa muncul sangat positif, bisa juga sangat negatif. (Abdullah, 2004, h. 4)

Selain media yang baik, pemerintahan yang baik juga perlu untuk menunjang berbagai kegiatan pemerintahan. Hal ini juga disampaikan oleh Ardianto (2014, h. 65) yang mengungkapkan bahwa dengan membangun program pemerintahan juga dapat membentuk, meningkatkan dan memelihara citra positif dan reputasi baik agar dapat memperoleh opini publik yang menguntungkan, serta dukungan dan simpati masyarakat.

Peneliti telah menemukan permasalahan selama melakukan kegiatan penelitian pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram yang secara langsung berhubungan dengan berbagai kegiatan media terkait pemberitaan dan *media relations*. Mengetahui bahwa Kota Mataram adalah sebuah kota yang sedang berkembang dan menjadi ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Barat sangatlah memerlukan media untuk mengenalkan daerahnya untuk tujuan pembentukan citra. Selain itu, adapun yang menjadi permasalahan yang sangat mendasar dirasakan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram adalah kurangnya kualitas Sumber Daya Manusia yang mengerti akan praktek kehumasan khususnya pada pelaksanaan kegiatan *media relations*. Hal ini bisa menghambat strategi *media relations* yang dijalankan oleh humas Pemerintah Kota Mataram. Beberapa hal telah dilakukan hanya merujuk kepada standar praktek kegiatan kehumasan namun dirasakan perlu untuk menggali permasalahan yang berkembang dan bagaimana Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram untuk menjalankan strategi *media relations* dalam upaya pembentukan citra Kota Mataram.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik dan bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Media Relations Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram”**.

Penelitian ini akan dilakukan dan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan dan menganalisa strategi *media relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Mataram dalam upaya pembentukan citra Kota Mataram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu Bagaimanakah Strategi *Media Relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam upaya pembentukan citra Kota Mataram ?

1.3 Tujuan

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *Media Relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam upaya pembentukan citra Kota Mataram.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu komunikasi melalui penelitian terhadap *media relations* pada instansi pemerintah kota berdasarkan teori *public relations*.
 - b. Menjadi gambaran bagi mahasiswa ketika menjadi seorang praktisi humas di sebuah instansi pemerintahan sipil.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran kerja kepada praktisi humas Sekretariat Daerah Kota Mataram, sehingga praktisi humas dapat membangun *media relations* dengan baik dan dapat meningkatkan kualitas kerja praktisi humas.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu para pelaku media dalam menjalin hubungan dengan instansi pemerintahan sipil.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Dasar Teoritis

2.1.1 Humas Pemerintah

Humas (hubungan masyarakat) adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/ permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama (Ruslan, 2005, h. 16).

Humas memiliki kaitan dengan beberapa hal dalam kelangsungan suatu organisasi, diantaranya adalah :

1. Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik
2. Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi
3. Humas merupakan fungsi manajemen

(Morissan, 2006, h. 8)

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa humas adalah ujung tombak organisasi terkait pembentukan opini yang positif , humas berhubungan langsung dengan publik dan mengatur informasi yang akan diterima publik sehingga dapat membantu kelangsungan sebuah organisasi untuk menyatukan opini publik.

Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas humas di Instansi pemerintah dan non pemerintah adalah tidak adanya unsur komersial walaupun humas pemerintah juga melakukan kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Selain itu, humas pemerintah juga menekankan pada pelayanan publik dan peningkatan mutu pelayanan umum (Ruslan, 2005, h. 337).

Menurut John D. Millett (dalam Ruslan, 2005, h.338) ada beberapa tugas utama humas dalam instansi pemerintahan, diantaranya adalah :

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan – keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat.
2. Kegiatan memberikan nasihat atau sumbang saran untuk menanggapi apa yang harus dilakukan oleh pemerintah seperti yang dikehendaki oleh publiknya.
3. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan para aparat pemerintahan.
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu instansi pmerintahan yang bersangkutan.

Selain itu, ada pendapat lain mengenai fungsi pokok Humas Pemerintah menurut Ruslan (2005, h.340) diantaranya adalah :

1. Mengamankan kebijaksanaan pemerintah.
2. Memberikan pelayanan, dan menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan h hingga program – program kerja secara nasional kepada masyarakat.
3. Menjadi komunikator dan sekaligus sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah di satu pihak, dan menampung aspirasi, serta memperhatikan keinginan – keinginan publiknya di lain pihak.

4. Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun panjang.

Kegiatan humas pemerintah banyak berkaitan dengan *public affairs* (urusan publik), *public information* (informasi publik), dan *public communication* (komunikasi publik), berkembang pada respon politik dan administratif untuk mencapai tujuan organisasi (Cutlip, Center & Broom, 2000, h.488). Adapun Ardianto (2013, h.241) juga mengemukakan kegiatan seorang humas pemerintahan haruslah untuk kepentingan rakyat, sehingga praktisi humas dituntut untuk mampu menciptakan, membina, serta memelihara hubungan internal dan eksternal instansi. Seorang humas pemerintah adalah seorang komunikator profesional dan diangkat oleh instansi pemerintahan dengan tugas melayani informasi terkait kebijakan publik dan pelayanan umum (Ardianto, 2013, h.241). Selain itu, diketahui bahwa pemerintah bersentuhan langsung pada setiap aspek masyarakat, dan hampir setiap aspek pemerintahan terkait erat dan bergantung pada humas (hubungan masyarakat). Dalam arti nyata, tujuan demokrasi sangat sesuai dengan tujuan hubungan masyarakat. Pemerintah yang demokratis sukses menjalin hubungan dari berbagai unsur, berdasarkan saling pengertian dan komunikasi dua arah (Cutlip, Center & Broom, 2000, h. 487).

2.1.2 Media Relations dalam Instansi Pemerintah

Media Relations adalah menjalin hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian pengertian, serta dukungan dalam bentuk publikasi organisasi yang maksimal dan berimbang (Wardhani, 2008, h.1). Sedangkan Jeffkins menjelaskan bahwa

Media Relations merupakan usaha atau upaya mencari publikasi secara maksimal atas suatu pesan atau informasi humas untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi publik organisasi yang bersangkutan (Darmastuti, 2012, h.42). Selain itu, Avrill (dalam Iriantara, 2005, h.41) juga menjelaskan *Media Relations* merupakan bagian dari *Public Relations* yang menjadi sarana yang penting dan efisien. Penting dikarenakan dapat menopang keberhasilan program, dan dianggap efisien karena tak membutuhkan banyak dana untuk memberitakan sebuah informasi atau program yang hendak dijalankan jika menggunakan teknik publisitas.

Kesimpulan *Media relations* adalah hubungan yang dibangun antara pihak humas kepada kalangan pers baik konvensional maupun online untuk mendapatkan tujuan tertentu. Adapun kegiatan *Media Relations* diantaranya adalah; pelaku surat kabar, majalah, televisi, radio dan portal berita online dan dilakukan oleh dua pihak. Salah satu tujuan yang diinginkan oleh organisasi adalah untuk mendapatkan publisitas.

Hubungan media (*media relations*) merupakan alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan publik.

Publisitas adalah aktivitas humas dimana informasi yang disampaikan harus tersampaikan dan sesuai dengan tujuan organisasi sehingga menciptakan hubungan dan citra positif dari publik terhadap organisasi (Kriyantono, 2008, h. 40). Publisitas merupakan proses penyebaran pesan yang direncanakan dan dilakukan guna mencapai tujuan tertentu melalui media untuk kepentingan tertentu dari organisasi atau perseorangan tanpa dibayar (Lesly, 1992, h. 6). Praktisi humas membutuhkan publisitas sebagai alat untuk penyebaran pesan dan informasi.

Tujuan dari publisitas adalah untuk mendapatkan simpati publik melalui penyebaran informasi di media cetak dan elektronik, mencakup; koran, surat kabar, majalah, berita televisi, radio, *website* dll (Ardianto, 2011, h. 263). Kebutuhan organisasi akan media dan publikasi tentunya untuk kelangsungan hidup organisasi dan eksistensi. Pada dasarnya hubungan yang dibangun antara humas dan media merupakan hubungan yang saling menguntungkan (simbiosis mutualisme), dimana humas membutuhkan media sebagai sarana penyebaran pesan, sedangkan media membutuhkan informasi untuk pemberitaan (Kriyantono, 2012, h.71). Selain itu, Gower juga menjelaskan dalam jurnal Rodgers Ronald (2008, h. 706 - 707) yang berjudul "*Public Relations and the Press: The Troubled Embrace.*" Ia membuat beberapa pemikiran tentang pentingnya humas berhubungan dengan media, yakni seperti dalam kutipannya yang memiliki arti sebagai berikut :

Gower adalah seorang profesor periklanan dan hubungan masyarakat di University of Alabama. Dia menunjukkan kepada kita bahwa dalam berurusan dengan media, muncul satu pertanyaan tentang sejauh mana praktisi humas harus mengatur dan mengendalikan pesan dan informasinya kepada publik. Banyak pertanyaan yang muncul, bagaimanakah seharusnya menjalin hubungan dengan wartawan, memperlakukan wartawan, apakah seharusnya mereka percaya atau tidak?

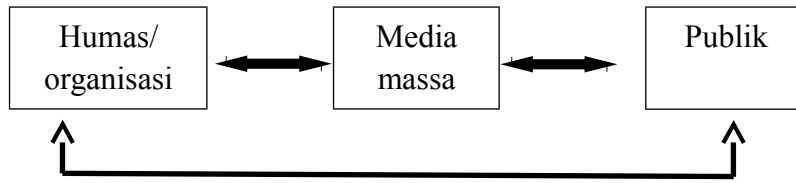
Berdasarkan analisis akan pertanyaan Gower di atas pada hubungan yang akan dibangun oleh praktisi humas dan media inilah dapat kita simpulkan bahwa perlu adanya untuk berhubungan baik dengan media untuk mengurangi ketakutan serta kecurigaan tersebut. Hal ini dikarenakan kebutuhan sebuah organisasi untuk memberitakan pesan/ menyampaikan informasi sangatlah diperlukan peran dari media.

Keberadaan *media relations* bagi organisasi adalah dapat membantu menjalin hubungan antara organisasi dengan pihak media. Keberadaan media yang dianggap penting oleh organisasi inilah yang menjadikan organisasi/ perusahaan ingin menjalin hubungan yang baik dengan media. Dalam konteks *media relations*, media massa memiliki peranan yang sangat penting bagi organisasi dalam menyampaikan pesan kepada publik yang luas, serta banyak jumlahnya (publik eksternal suatu organisasi). *Media relations*, pada prinsipnya adalah komunikasi massa yang dilakukan oleh perusahaan, organisasi ataupun suatu lembaga. (Wardhani, 2008, h. 21).

Mengingat pentingnya keberadaan media bagi humas, perlulah menjaga dan membina hubungan yang baik dengan media. Tujuan pokok diadakannya hubungan media (*media relations*) adalah untuk menciptakan pengetahuan dan pemahaman, bukan semata – mata untuk menyebarkan suatu pesan sesuai dengan keinginan organisasi untuk mendapatkan citra yang lebih baik (Ardianto, 2011, h.265). Dalam upaya membina hubungan dengan media, humas hendaknya melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan langsung dengan media, diantaranya :

1. *Press Conference* (konferensi pers)
2. *Press Briefing* (perbincangan dengan media)
3. *Press Tour* (wisata media)
4. *News Release* (siaran pers, *press release*, *broadcast release*)
5. *Special Events*
6. *Press Luncheon*
7. *Press Interview*

Melihat humas dan media membangun hubungan untuk mencapai tujuan masing – masing, tentunya ada arus komunikasi yang dibentuk oleh humas dan media. Adapun arus komunikasi yang terjadi pada *media relations* antara humas dan media adalah sebagai berikut :



Bagan 2.1 Arus Komunikasi pada hubungan media

Sumber : Iriantara (2005, h.16)

Komunikasi yang dilakukan melalui media memiliki ciri – ciri/ karakteristik sebagai berikut :

1. Prosesnya berlangsung satu arah (khusus untuk media cetak).
2. Komunikatornya melembaga.
3. Pesannya bersifat umum dan untuk kepentingan umum.
4. Medianya menimbulkan keserempakan.
5. Komunikan/ publiknya bersifat heterogen.

(Effendy, 2002, h. 145)

Selain penjelasan di atas, *Media relations* merupakan bagian dari praktik hubungan masyarakat (humas), hal ini juga diungkapkan oleh Jefkins (dalam Ardianto, 2011, h.264) bahwa *media relations* adalah suatu usaha untuk mencapai pemuatan atau penyiaran yang maksimal atas suatu pesan atau informasi dalam bentuk pengetahuan dan pemahaman khalayak organisasi yang bersangkutan.

Bagi para pekerja media, kebutuhan akan informasi publik merupakan tujuan pemberitaan mereka terhadap institusi pemerintahan. Sedangkan, kebutuhan akan media bagi institusi pemerintahan bertujuan untuk publisitas, penyebaran informasi terkait kebijakan – kebijakan pemerintah, program dan layanan – layanan masyarakat baik yang sedang direncanakan, sedang berlangsung dan telah diselesaikan.

Selain itu, ada pendapat dari Cutlip, Center & Broom (2000, h.502) yang mengatakan bahwa pemerintah menganggap penting mengenai hak akses informasi dan

pertemuan antara pemerintah dan media. Tidak hanya mengharapkan media untuk menginformasikan masyarakat tentang tindakan resmi pemerintah, peran media juga sangat penting sebagai pengawas pemerintah dalam membantu menjamin pertanggungjawaban, mengurangi tindak pidana korupsi, dan mengkristalkan masalah dan opini publik serta menempatkan media sebagai perwakilan negara pada sistem pengecekan dan penstabilan yang luas.

Hal inilah yang membuat institusi pemerintah di Kota Mataram membutuhkan media sebagai alat untuk melakukan publisitas, penyebaran informasi terkait visi, misi, perencanaan program, pelaksanaan program dan pencapaian yang telah diraih oleh Kota Mataram sebagai bentuk pelayanan dan penyedia informasi bagi publik. Rasa saling membutuhkan baik instansi dan pekerja media tentunya dimanfaatkan oleh Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram untuk memudahkan penyebaran informasi.

Pentingnya menjalin hubungan dengan media bagi Pemerintah Kota Mataram juga dikarenakan media sebagai sarana komunikasi dengan publik yang dapat menjangkau khalayak yang luas dan tersebar agar informasi yang diberikan dapat disampaikan dengan baik kepada publik ataupun masyarakat. Maka, manfaat dari kegiatan *media relations* adalah sebagai berikut:

1. Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab organisasi dan media massa
2. Membangun kepercayaan timbal balik dengan prinsip menghormati dan menghargai, kejujuran serta kepercayaan
3. Penyampaian/perolehan informasi akurat, jujur dan mampu memberikan pencerahan bagi publik.

(Wardhani, 2008, h.14)

Hal lain yang menjadikan *media relations* begitu penting dalam institusi pemerintahan ditinjau dari fungsi humas menurut Anne van der Meiden (1987) dalam Rumanti (2002, h. 204) adalah sebagai berikut :

- a. Menumbuhkan, mengembangkan hubungan baik antara organisasi dengan publiknya baik pihak internal maupun eksternal.
- b. Menanamkan pengertian, menumbuhkan inovasi, dan meningkatkan partisipasi publik.
- c. Menciptakan opini publik yang menguntungkan organisasi dan publik.

Berdasarkan tujuan di atas, dapat disimpulkan bahwa institusi pemerintah sangat memerlukan media sebagai penunjang kegiatan – kegiatan yang akan dilaksanakan. Pada pelaksanaan fungsi humas tersebut, Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram juga memanfaatkan fungsinya untuk membangun hubungan yang baik dengan internal/ eksternal instansi pemerintah Kota Mataram untuk memudahkan proses dalam bekerja serta menumbuhkan kesepemahaman (internal) dan tentunya tujuan untuk membentuk sebuah opini yang dapat menggiring publik (eksternal) untuk memberikan kesan baik bagi instansi pemerintah Kota Mataram dan memberi dukungan serta mau untuk berpartisipasi dalam setiap kegiatan pemerintah.

Perlunya untuk menjalankan fungsi dan peran humas dikarenakan pada hakikatnya institusi pemerintah bekerja untuk masyarakat di mana setiap proses kegiatannya haruslah melibatkan masyarakat. Untuk mencapai hal tersebut, media dianggap sebagai alat penyalur kebutuhan informasi tercepat untuk mensosialisasikan, mengenalkan, dan menjelaskan program – program dari masyarakat sehingga tercapai tujuan dengan berpartisipasinya masyarakat dalam setiap kegiatan dan program dari pemerintah. Selain itu, tujuan institusi pemerintah bekerja sama dengan media adalah untuk meningkatkan citra dan reputasi.

Sebagai praktisi humas instansi pemerintah, Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram tentunya dituntut untuk menjaga hubungan yang baik dengan media mengingat bahwa hakikat media sebagai alat penyambung lidah antara pihak pemerintah dengan publik, untuk mencegah kesalahpahaman dalam komunikasi, mengurangi prasangka publik terhadap pemerintah. Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram bergerak bersama untuk membangun hubungan yang berkualitas dengan media karena praktisi humas haruslah paham bahwa keberadaan media sangat penting untuk menunjang peran dan fungsinya.

2.1.3 Pembentukan Citra pada Instansi Pemerintah

Citra adalah perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi atau lembaga; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi (Ardianto, 2014, h. 62). Selain itu, ada pendapat lain mengenai citra menurut Frank Jefkins dalam Ardianto (2014, h.62) mengatakan bahwa citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Frank Jefkins dalam (Soemirat & Ardianto, 2017, h. 117) menjelaskan beberapa jenis citra, diantaranya adalah :

- a. *The mirror image* (citra bayangan), merupakan jenis citra berdasarkan bagaimana publik eksternal perusahaan/ organisasi memandang perusahaan/ organisasi tersebut. Citra ini biasanya timbul dikarenakan kurangnya informasi dan pemahaman seseorang atau kelompok dalam organisasi mengenai pandangan publik eksternal organisasi. Hal ini dianggap sebagai citra bayangan.
- b. *The current image* (citra yang berlaku), citra yang ada pada publik eksternal perusahaan/ organisasi yang terbentuk berdasarkan pengetahuan dan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik mengenai perusahaan/ organisasi tersebut.

Citra ini bisa dikatakan sebagai kebalikan dari citra bayangan, dan bersifat tidak selamanya dikarenakan citra ini terbentuk hanya berdasarkan pengetahuan dan pengalaman saja.

- c. *The wish image* (citra yang diharapkan), merupakan citra yang diinginkan oleh perusahaan/ organisasi. Citra ini bisa dikatakan tidak sama dengan citra yang berlaku, karena pada hakikatnya citra yang diharapkan akan selalu lebih baik dari citra yang ada. Keinginan pihak perusahaan/ organisasi dilihat dari harapan yang diinginkan, untuk itulah sebuah perusahaan/ organisasi menetapkan citra yang diinginkan sebagai tujuan dijalankannya berbagai visi, misi dan program atau adanya inovasi dalam perusahaan/ organisasi untuk mewujudkan terbentuknya citra.
- d. *Corporate image* (citra perusahaan), merupakan citra yang ada pada organisasi secara keseluruhan. Bukan hanya pandangan publik mengenai suatu hal dalam organisasi, misalnya; pelayanan, program, produk dll. Citra ini juga dapat dikatakan sebagai citra lembaga. Terbentuknya citra perusahaan (lembaga) dapat melalui banyak hal, seperti sejarah, riwayat berlangsungnya lembaga, keberhasilan program – program yang dilakukan, hubungan yang baik dengan berbagai kalangan, dan berbagai hal lainnya.
- e. *The multiple image* (citra majemuk), citra yang dihasilkan oleh cabang perusahaan, organisasi dapat memunculkan citra yang lain dari citra yang dimiliki oleh perusahaan/ organisasi secara keseluruhan. Keberadaan citra majemuk ini biasanya ketika sebuah perusahaan/ organisasi memiliki cabang atau perwakilan lain maka akan memunculkan berbagai citra berdasarkan masing – masing cabang atau perwakilan, citra yang terbentuk antara satu cabang dan lainnya biasanya berbeda – beda sehingga memunculkan banyak opini publik mengenai perusahaan/ organisasi tersebut. Untuk menghindari citra yang buruk, perusahaan/ organisasi hendaklah menekan kemajemukan citra yang terbentuk tersebut. Hal ini diupayakan untuk menjauhkan perusahaan/ organisasi dari hal – hal yang

tak diinginkan serta untuk mempertahankan citra yang sudah ada pada perusahaan/ organisasi pusat.

Citra bagi Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram adalah sebuah tujuan yang ingin dicapai guna memenuhi harapan – harapan dan keinginan untuk mencapai visi daerah. Citra yang diharapkan oleh Kota Mataram adalah yang menggambarkan kota yang maju, religius dan berbudaya. Mataram kota ibadah adalah julukan bagi Kota Mataram, melalui julukan ini Kota Mataram mengenalkan kepada masyarakat dan publik bahwa Kota Mataram merupakan daerah yang membangun *image* (citra) untuk mengenalkan bahwa Kota Mataram merupakan daerah yang menjunjung nilai – nilai religi (agama) untuk pembangunan daerah. Selain itu, tidak lepas dari slogan Kota Mataram Maju, Religius dan Berbudaya bagian humas Sekretariat Daerah Kota Mataram berupaya untuk memajukan daerah sesuai dengan citra yang diharapkan.

Citra merupakan salah satu tujuan penting suatu organisasi/ perusahaan. Adapun menurut Gronroos (1990) yang dikutip dalam Sutisna (2001, h. 332) ada empat peran citra bagi suatu organisasi atau perusahaan. Diantaranya adalah sebagai berikut ;

1. Citra menceritakan harapan – harapan. Harapan dapat melalui kampanye, pemasaran eksternal, promosi, iklan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan komunikasi *words of mouth*.
2. Citra sebagai penyaring yang mempengaruhi/ menjaga persepsi publik terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Misalnya, dalam suatu kegiatan organisasi atau perusahaan melakukan kesalahan tidak serta merta menurunkan citra dan reputasi organisasi atau perusahaan tersebut namun menimbang – nimbang citra yang sudah terbentuk sebelumnya.
3. Citra adalah fungsi dari pengalaman dan harapan publik. Ketika publik membangun sebuah harapan dan realitas pengalaman dalam sebuah pelayanan dan terpenuhi

melebihi harapan publik maka akan menguatkan citra tersebut berdasarkan pengalaman publik sendiri.

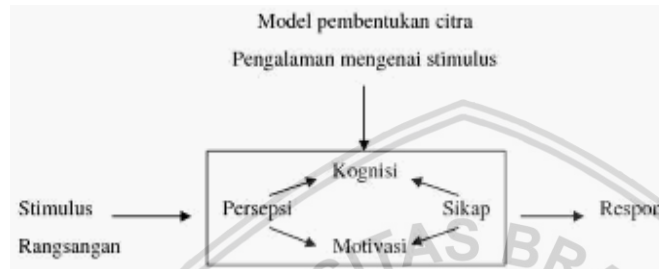
4. Citra berpengaruh pada manajemen dan memiliki dampak internal. Citra akan mempengaruhi kinerja pegawai/ karyawan pada hubungan konsumen dan kualitas pelayanan.

Adapun dalam pelaksanaan kegiatan guna membentuk atau mengembangkan citra positif daerah, ada beberapa hal yang harus diperhatikan. Hal ini disampaikan oleh Kasmirus, Wiji (2013, h. 197) dalam jurnalnya yang berjudul “Peran Kehumasan Dalam Membangun Citra Pemerintah di Kabupaten Kutai Barat” yang menjelaskan bahwa :

- a. Lembaga Pemerintah adalah lembaga pelayanan dan harus dapat melayani semua lapisan masyarakat.
- b. Mengabaikan pelayanan, berarti juga mengabaikan pemilih-pemilih mereka. Masyarakat adalah pembayar pajak dan merekalah yang membiayai operasional lembaga dimaksud. Karena itu mereka berhak pula mendapatkan pelayanan yang terbaik.
- c. Sikap dan perilaku simpatik, responsif menjadi bagian tidak terpisahkan dari layanan.
- d. Membangun hubungan yang saling membutuhkan, saling mempercayai, menumbuhkan rasa nyaman, keramah tamahan dan *equality*.
- e. Membangun komunikasi yang equal dilakukan dengan menyampaikan dan menerima informasi. Kita hanya dituntut pandai bicara namun yang pandai mendengarkan masyarakat yakni memahami kepentingan dan kebutuhannya.
- f. Komunikasi dilandasi oleh keterbukaan dan kejujuran. Masyarakat telah berubah, mereka berani mengemukakan opininya baik secara langsung maupun melalui media, karenanya keterbukaan menjadi kunci dalam membangun hubungan yang *equal*.

2.1.4 Pembentukan Citra melalui *Media Relations*

Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi – informasi yang diterima oleh publik. komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan (Danasaputra, 1995, h. 34). Adapun model konsep pembentukan citra adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Konsep pembentukan citra (Danasaputra, 1995, h. 12)

Hubungan masyarakat digambarkan sebagai sebagai input – output, proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input merupakan stimulus yang diberikan sementara output merupakan hasil tanggapan atas suatu perilaku. Citra digambarkan melalui persepsi – kognisi – motivasi – sikap (Soemirat & Ardianto, 2002, h. 115).

Selain itu, Muwafik (2010, h. 86) juga mengemukakan beberapa faktor pembentuk citra, diantaranya adalah :

a. Identitas fisik, melalui beberapa bentuk :

Secara visual bisa melalui nama, *by line*, *tag line*, logo, teks (baik pemilihan *fonts*, warna, bentuk), bentuk gedung maupun lobi kantor. Identitas fisik secara visual merupakan identitas yang dapat dilihat secara umum oleh publik.

Identitas fisik yang data dilihat dari Pemerintah Kota Mataram dapat dilihat dari slogan “ Mataram Maju, Religius dan Berbudaya”, melalui julukan “Mataram Kota Ibadah”. Lambang daerah Kota Mataram yang berbentuk Perisai, Bintang, Rantai dan

Kubah yang memiliki arti dan filosofi tersendiri bagi Kota Mataram. Gedung Pemerintah Kota Mataram juga dapat dicirikan sebagai identitas fisik pemerintah Kota Mataram.

b. Identitas non fisik, diantaranya adalah :

Sejarah organisasi, filosofi, kepercayaan, nilai – nilai yang dianut, budaya organisasi.

Identitas non fisik Kota Mataram dapat dilihat dari bagaimana Kota Mataram terbentuk berawal dari Kota Administratif, lalu menjadi Kota Madya dan menjadi Kota Berkembang. Nilai – nilai keagamaan yang menjunjung tinggi nilai keislaman yang berkembang di Kota Mataram, dll.

c. Manajemen organisasi :

Hal – hal yang menjadi faktor pembentukan citra berdasarkan manajemen organisasi bisa melalui visi, misi, kebijakan organisasi, aturan (*rules*), program – program, teknologi, SDM (sumber daya manusia), *job design*, *reward system*, sistem pelayanan, dll.

Faktor pembentukan citra berdasarkan manajemen organisasi melalui visinya mewujudkan Kota Mataram yang Maju, Religius dan Berbudaya.

d. Kualitas hasil :

Kualitas hasil yang dapat dikategorikan sebagai faktor pembentukan citra dapat berupa mutu produk dan kualitas pelayanan. Hal ini dijadikan sebagai salah satu faktor dikarenakan mutu produk dan kualitas pelayanan merupakan elemen yang dapat bersentuhan langsung dengan publik internal. Jika produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan/ organisasi baik maka dapat memberikan pandangan positif terkait perusahaan/ organisasi kepada publik.

Kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh Pemerintah Kota Mataram melalui fasilitas sarana dan prasarana umum baik melalui SKPD (Satuan Kerja Perangkat

Daerah), Fasilitas kesehatan seperti Rumah Sakit, Puskesmas dan Posyandu, fasilitas pendidikan dll merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan citra Kota Mataram.

e. Aktivitas dan pola hubungan :

Aktivitas dan pola hubungan yang dimaksudkan sebagai faktor pembentukan citra diantaranya adalah; hubungan yang dijalin oleh organisasi dengan publiknya (baik internal/ maupun eksternal), respon tanggung jawab sosial (*social responsibility response*), mentalitas dan perilaku individu diukur melalui SDM (sumber daya manusia), jaringan komunikasi yang dibentuk oleh organisasi.

Hubungan yang dibentuk oleh Pemerintah Kota Mataram dengan masyarakat juga dapat menggambarkan aktivitas pola hubungan yang dibentuk oleh pemerintah Kota Mataram guna memenuhi keinginan untuk membentuk citra Kota Mataram. Adapun bentuk pola hubungan yang dibentuk oleh pemerintah juga bisa berupa tanggung jawab sosial kepada masyarakat daerah.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian berjudul **“Strategi Media Relations Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram”** ini merupakan sebuah penelitian yang berada pada ranah hubungan masyarakat dan media bastrategi *media relations* dapat membentuk citra Kota Mataram. Penelitian ini tidak dapat terlepas dari beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan/ relevansi topik, tema, metodologi, dan teori dengan penelitian yang diajukan, yaitu sebagai berikut ;

1. Muhammad Najih Farihanto (2010) – Strategi Hubungan Media Dalam Pencitraan Organisasi (Studi Deskriptif pada PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad ini dapat dikatakan memiliki tujuan untuk mendeskripsikan fungsi humas dalam menjalankan kegiatan hubungan media (*media relations*) pada PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya. Muhammad pada penelitiannya menjelaskan bahwa seorang praktisi humas haruslah menguasai setiap tugas dan fungsinya dalam menjalankan/ membina hubungan dengan media. Praktisi Humas PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya dituntut untuk dapat menjalin hubungan baik dengan media untuk mendapatkan pemberitaan yang positif mengenai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad ini memiliki beberapa relevansi dengan penelitian yang diajukan. Adapun terdapat persamaan latar belakang masalah dimana PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya membahas tentang bagaimana hubungan antara humas dengan media untuk meningkatkan citra. Pengaruh pemberitaan – pemberitaan di media dijadikan sebagai patokan akan bagaimana sebuah media dapat mempengaruhi citra sebuah perusahaan/ organisasi. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mengamati hasil apa yang akan diperoleh dari pelaksanaan strategi *media relations*.

2. Muhammad Alfu Syahri (2015) – Persepsi Jurnalis Terhadap *Media Relations*.

Penelitian yang dilakukan oleh Alfu memiliki tujuan untuk menjelaskan bagaimana persepsi jurnalis terhadap *media relations*. Dalam penelitian ini, Alfu menjelaskan bagaimana *media relations* dilihat dari kaca mata jurnalis. Penelitian ini menganggap *media relations* sangat penting bagi pelaku organisasi/ perusahaan, yaitu untuk mengakses media sebagai pelaku penyebaran informasi dan sebagai upaya

mengurangi ketidakpastian pemberitaan maka perlulah seorang praktisi humas menjalin hubungan yang baik dengan media sehingga diharapkan dapat pemberitaan yang baik (positif).

Selain itu, Alfu juga menjelaskan bahwa semakin baik kualitas hubungan antara humas dengan media, maka semakin besar peluang informasi dibuat. Ia meyakini bahwa hubungan yang dibuat merupakan hubungan yang menguntungkan (simbiosis mutualisme), dimana media sangat membutuhkan informasi – informasi dari humas, sedangkan praktisi humas juga membutuhkan media sebagai sarana penyebaran informasi terkait organisasi/ perusahaan. Dikarenakan ada relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan, maka penulis menggunakan penelitian ini sebagai kajian penelitian terdahulu.

3. Dika Ardelia Sari (2015) – Strategi *Media Relations* PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Penelitian yang dilakukan oleh Dika memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *media relations* pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Dalam menjalin hubungan dengan media. Pada penelitian ini, Dika meneliti bagaimana jalannya strategi *media relations* sebuah perusahaan. Penelitian ini merupakan studi kualitatif deskriptif. Peneliti menemukan relevansi dalam penelitian Dika yaitu bagaimana *media relations* sangat perlu bagi sebuah organisasi/ perusahaan.

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

Aspek	Muhammad Najih Farihanto	Muhammad Alfu Syahri (2015)	Dika Ardelia Sari (2015)	Baiq Mirna Gita Purnama (2018)
-------	--------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------

	(2010)			
Tujuan	Mendeskripsikan fungsi Humas dalam menjalankan <i>media relations</i> pada PT. Pelayaran Indonesia III (Persero) Surabaya.	Mendeskripsikan bagaimana persepsi/pandangan jurnalis mengenai <i>media relations</i> .	Mendeskripsikan bagaimana strategi <i>media relations</i> Humas PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. dalam menjalin hubungan dengan media.	Untuk mengetahui bagaimana strategi <i>media relations</i> dalam upaya pembentukan citra Kota Mataram oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.
Metodologi	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif deskriptif	Kualitatif deskriptif
Teknik Analisis data	Teknik analisis <i>Data filling system</i> digunakan bila peneliti merasa data sudah cukup, maka dilakukan	Teknik analisis <i>Data filling system</i> digunakan bila peneliti merasa data sudah cukup, maka dilakukan	Teknik analisis <i>Data filling system</i> digunakan bila peneliti merasa data sudah cukup, maka dilakukan	Teknik analisis <i>Data filling system</i> digunakan bila peneliti merasa data sudah cukup, maka dilakukan

	analisis.	analisis.	analisis.	analisis.
Hasil	Kegiatan <i>media relations</i> dilakukan karena kurangnya pencitraan lembaga Humas PT. Pelayaran Indonesia III (persero) Surabaya memiliki tahapan kegiatan <i>media relations</i> yakni <i>fact finding, mapping media analysis.</i>	Keberadaan <i>media relations</i> dianggap membantu pekerjaan jurnalis, dan juga sebaliknya. Hubungan yang dijalin merupakan hubungan yang menguntungkan (simbiosis mutualisme).	Strategi <i>media relations</i> yang dijalankan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. sudah cukup baik, sehingga menghasilkan pemberitaan – pemberitaan positif yang muncul tersebut merupakan hasil dari strategi <i>media relations</i> yaitu berupa publisitas.	Strategi <i>Media relations</i> yang dijalankan oleh Bagian Humas Pemerintah Kota Mataram cukup baik, sehingga muncul beberapa pertimbangan bagaimana strategi media relations Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam pembentukancitra Kota Mataram.
Relevansi	Persamaan dalam melakukan	Persamaan dalam melakukan	Persamaan dalam melakukan	Persamaan dalam melakukan

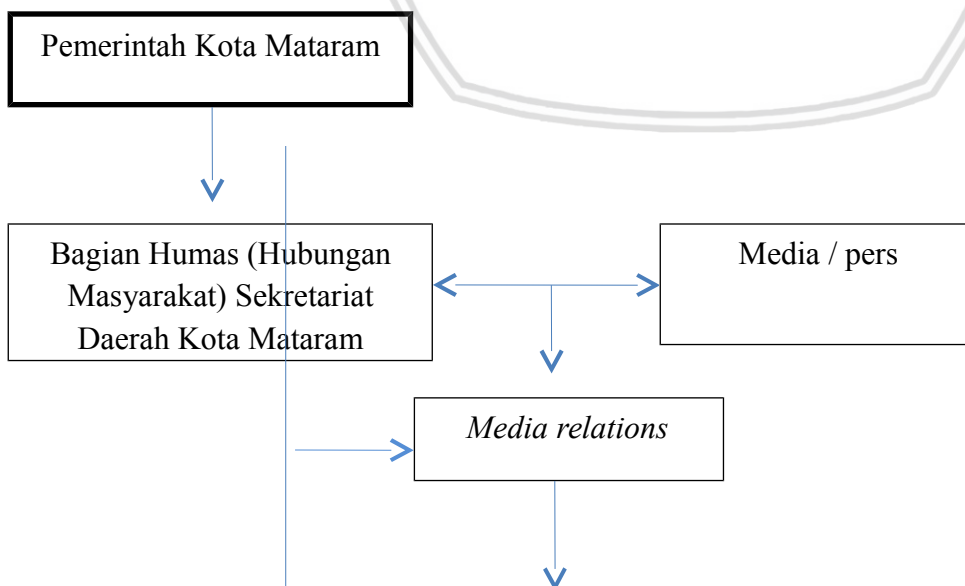
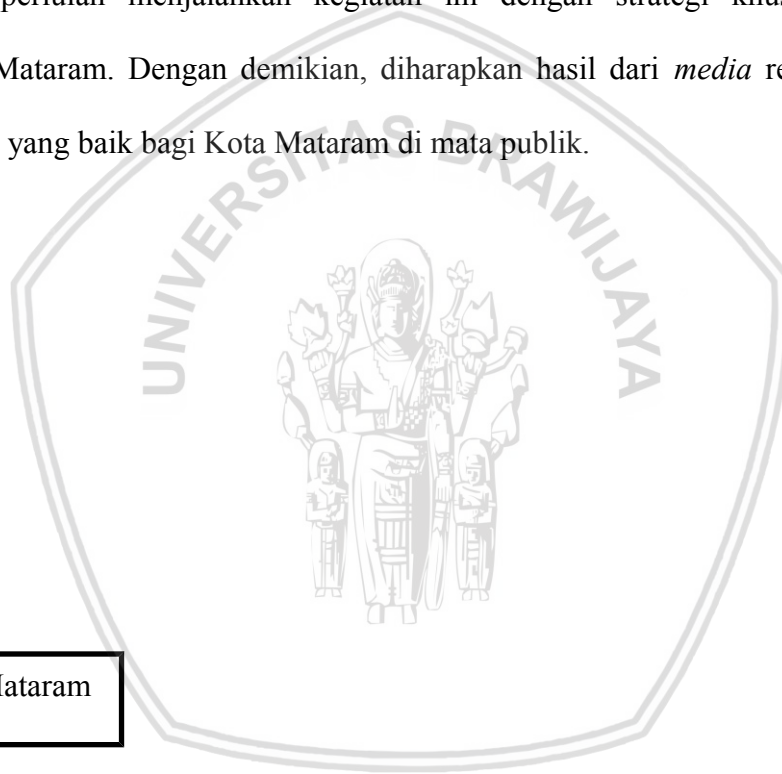
	penelitian pada kajian <i>media relations</i> dan untuk meningkatkan citra.	penelitian pada kajian <i>media relations</i>	penelitian pada kajian <i>media relations</i>	penelitian pada kajian <i>media relations</i>
Perbedaan	Penelitian dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan melalui kegiatan <i>media relations</i>	Penelitian dilakukan untuk melihat pandangan <i>media relations</i> dari kaca mata jurnalis	Penelitian dilakukan untuk mengetahui strategi <i>media relations</i> apa saja yang dilakukan dalam menjalin hubungan dengan media.	Penelitian dilakukan untuk melihat bagaimana strategi <i>media relations</i> dapat membentuk citra Kota Mataram.

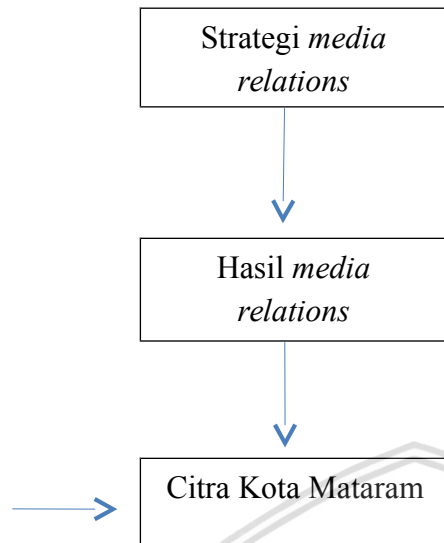
Sumber : Data Diolah Penulis, 2017

2.3 Kerangka Pemikiran

Setiap organisasi/ lembaga pasti menginginkan citra yang baik, begitupun tidak lepas dengan institusi pemerintahan untuk meningkatkan citra daerah. Humas Pemerintah Kota Mataram membutuhkan media untuk menyampaikan informasi, berita, kebijakan, dan program – programnya kepada publik. Untuk memudahkan humas dalam mentransmisikan pesan perlulah dibentuk hubungan yang baik dengan media, dengan begitu diharapkan pemberitaan –

pemberitaan yang dirilis oleh pihak media bersifat positif dan menguntungkan Pemerintah Daerah. Publisitas merupakan bentuk penyampaian informasi oleh Humas kepada masyarakat, melakukan kegiatan publisitas tentunya membutuhkan media sebagai alat utamanya. Keberadaan media sangat membantu humas, begitupun sebaliknya. Maka, perlulah dijalin hubungan yang saling menguntungkan diantara keduanya. Hubungan ini dinamakan *media relations*, yaitu bentuk kerja sama antara media dan humas. Agar terwujudnya keinginan humas melalui program *media relations*, perlulah menjalankan kegiatan ini dengan strategi khusus oleh humas Pemerintah Kota Mataram. Dengan demikian, diharapkan hasil dari *media relations* ini dapat menghasilkan citra yang baik bagi Kota Mataram di mata publik.





Bagan 2.3 Kerangka Peemikiran

Sumber : Peneliti, 2017

Pemerintah Kota Mataram sebagai organisasi pemerintah yang menaungi Bagian Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Mataram memerlukan praktisi yang dapat menjalankan tugas dan fungsi humas secara fungsional dalam pemerintahan. Keberadaan humas bagi Pemerintah Kota Mataram dianggap penting dan menjadi tonggak untuk melakukan hubungan dengan khalayak, khususnya media/ pers. Hubungan yang dibentuk oleh praktisi humas dan media disebut juga *media relations*.

Hubungan yang dibentuk oleh humas dan media haruslah baik sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi kedua belah pihak. Keuntungan yang didapatkan bagi media adalah ketersediaan informasi dan bagi pemerintah dapat memudahkan untuk publisitas,

penyampaian pesan, program dan kebijakan – kebijakan pemerintah. Dengan adanya hubungan yang baik antara media dengan humas diharapkan dapat menimbulkan hasil yang positif dalam pemberitaan.

Hasil pemberitaan yang dimuat di media diharapkan dapat membentuk opini publik sehingga dapat menyatukan opininya dengan pemerintah. Dengan persamaan pemikiran inilah diharapkan dapat memudahkan pemerintahan untuk menjalankan visi dan misinya dan memudahkan dalam membentuk citra dan reputasi yang diinginkan.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Kriyantono (2006, h. 57) adalah penelitian yang lebih menekankan pada kedalaman data bukan pada banyaknya data. Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan lainnya. (Moleong, 2001, h.8). Selain itu, adapun pendapat lain mengenai penelitian kualitatif yang dianggap sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata, baik tertulis maupun lisan dari sumber yang diamati. (Bogdan & Taylor, 1975, h.5). Adapun Sugiyono (2011, h.15) menyimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti merupakan instrument kunci, pengambilan sampel atau sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data dengan metode triangulasi sehingga analisis data bersifat induktif/kualitatif.

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta – fakta dan sifat – sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2008, h. 69).

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini diarahkan untuk mendeskripsikan *media relations* dan konstruksi citra pada instansi pemerintah Kota Mataram. Dengan kata lain bahwa penelitian deskriptif kualitatif ini

memiliki tujuan yaitu mendeskripsikan dan memberikan gambaran tentang kasus yang muncul dan terjadi pada saat studi penelitian.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan atau paradigma yaitu seperangkat teori, prosedur dan asumsi yang diyakini tentang bagaimana seorang peneliti melihat dunia. Perspektif tercipta berdasarkan komunikasi antaranggota suatu kelompok selama seseorang menjadi bagian kelompok tersebut (Wimmer & Dominick, 2000, h.102). Adapun menurut Sugiyono (2010, h.4) pendekatan penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu ilmu pengetahuan sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan bahkan mengantisipasi suatu masalah.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan interpretif untuk perspektif penelitian. Pendekatan interpretif menurut Neumann adalah analisis sistematis tentang tindakan yang bermakna secara sosial melalui observasi terperinci dilakukan langsung secara alamiah (natural) untuk mendapatkan pemahaman dan interpretasi tentang bagaimana orang – orang tersebut menciptakan dan mempertahankan dunia sosial mereka." (Neumann, 2003, h. 75)

3.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram yang merupakan bagian dari Kantor Pemerintah Kota Mataram. Lokasi penelitian bertempat di Jl. Pejangik No. 16 Mataram.

Peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dikarenakan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada bagian humas pemerintah Kota Mataram.

3.4 Fokus Penelitian

Menurut Bungin (2003, h. 41), fokus penelitian mengandung penjelasan mengenai dimensi-dimensi apa yang menjadi pusat perhatian serta kelak dibahas secara mendalam dan tuntas. Sedangkan. Menurut Moloeng (2004, h. 237), fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan yang tidak relevan, agar tidak dimasukkan ke dalam sejumlah data yang sedang di kumpulkan, walaupun data itu menarik. Perumusan fokus masalah dalam penelitian kualitatif bersifat tentatif, artinya penyempurnaan rumusan fokus atau masalah masih tetap di lakukan sewaktu penelitian sudah berada di lapangan.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini berfokus pada :

1. Aktivitas *media relations* yang terjadi antara Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram dengan wartawan/ pers.
2. Strategi *media relations* yang dilakukan oleh Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram.
3. Media relations sebagai upaya untuk membentuk citra Kota Mataram.

3.5 Sumber Data

Data kualitatif adalah data yang berbetuk kata – kata, kalimat – kalimat, narasi – narasi. Data ini berhubungan dengan kategorisasi, karakteristik berwujud pertanyaan atau

berupa kata – kata (Kriyantono, 2014, h. 37). Adapun Jenis data pada penelitian ini, diantara lain :

1. Data Primer

Kriyantono (2006) menjelaskan bahwa Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Dalam penelitian ini data primer di dapatkan penulis melalui wawancara dengan orang – orang yan terlibat dan dibawah naungan bagian humas dan protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dan rekan wartawan/ pers yang melakukan hubungan media dengan bagian humas dan protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah :

1. Drs. Lalu Mashun, selaku Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.
2. Martha Yuli, S. Kom, selaku Kepala Sub Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.
3. Ni Made Sri Widiastiti, A. Md, selaku Staf Bagian Humas dan Penulis Naskah Pidato Kepala Daerah
4. Rosi Indriani, S. Sos, selaku Staf Humas dan Penyiar Radio Suara Kota.
5. Nathea, selaku Wartawan Harian Lombok Post.
6. Lalu Muhammad Zainuddin, selaku Wartawan Harian Lombok Post.

Sumber data primer yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah

data hasil dari wawancara dari informan yang telah dipilih dan ditentukan serta melalui observasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Kriyantono, 2012, h.42). Data sekunder yang akan digunakan oleh peneliti

adalah beberapa sumber, seperti: foto dan dokumentasi, observasi pengamatan, kliping surat kabar, siaran radio/ televisi lokal setempat.

3.6 Teknik Pemilihan Informan

Teknik pemilihan informan yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Kriyantono (2006, h. 56) menjelaskan bahwa *purposive sampling* adalah teknik pemilihan informan berdasarkan kriteria – kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Sementara itu, menurut Menurut Sugiyono (2016, h. 85) menjelaskan bahwa teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Selain itu, Margono (2004, h. 128) pemilihan informan dalam *purposive sampling* berdasarkan atas ciri – ciri tertentu yang dipandang memiliki hubungan yang erat dengan ciri – ciri populasi yang udah diketahui sebelumnya, dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria – kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.

Dalam proses pengambilan sampel data untuk dijadikan sumber data pada teknik *purposive sampling* harus dengan beberapa pertimbangan. Adapun Sugiyono (2001, h. 61) menjelaskan pertimbangan yang harus diperhatikan saat pengambilan informan berdasarkan ciri – ciri tertentu dan memiliki keterkaitan dengan bidang yang sedang di teliti. Selain itu perlu diperhatikannya pengambilan sampel data bertujuan untuk mendapatkan informasi atau data yang lengkap, meluas, mendalam serta rinci sehingga dapat disimpulkan dan mendapatkan data yang benar dan menyeluruh. Hal ini bisa dilakukan misalnya dengan memilih seorang informan yang dianggap memiliki pengetahuan yang cukup dan luas tentang bidang yang sedang diteliti.

Dalam teknik pengambilan informan, ada dua kategori yang membedakan yaitu informan utama dan informan pendukung. Informan utama dibutuhkan oleh peneliti untuk keperluan dalam melengkapi data – data tertulis yang digunakan oleh penulis sebagai dasar landasan

penelitian untuk mendapatkan data yang tepat, akurat dan terpercaya. Sementara itu, informan pendukung merupakan alat pelengkap data informan utama. Adapun beberapa kriteria yang dijadikan sebagai landasan pemilihan informan utama dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bekerja atau menjabat sebagai humas pada Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram.
2. Mengetahui dan terlibat dalam kegiatan/ bidang *media relations* Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram.
3. Pegawai Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram yang bersedia memberikan informasi.
4. Bekerja sebagai wartawan atau pers.
5. Berhubungan langsung dengan Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram.
6. Bersedia memberikan informasi terkait.

Informan utama dipilih berdasarkan beberapa kriteria yang telah dipilih oleh peneliti.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara – cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Adapun beberapa metode pengumpulan data yang biasanya digunakan oleh peneliti, dimana metode yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif (Kriyantono, 2014, h. 95). Adapun penelitian kualitatif merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan metode ilmiah untuk mengungkapkan suatu fenomena dengan cara mendeskripsikan data dan fakta melalui kata – kata secara menyeluruh terhadap subjek penelitian (Mulyana, 2008, h.151). Dalam penelitian kualitatif, ada beberapa cara mengumpulkan data, yaitu dengan cara observasi, FGD (*focus group discussion*), wawancara mendalam, dokumentasi dan studi kasus. . Sedangkan, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang memperoleh angka dalam bentuk angka atau hasil penelitian yang diangkakan (Sugiyono, 2003, h.14). Dalam

penelitian ini, metode pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif. Adapun beberapa cara memperoleh data dilakukan sebagai berikut ;

3.7.1 Wawancara

Menurut Berger (2000, h. 111), wawancara adalah bentuk percakapan yang dilakukan oleh peneliti yang berharap mendapatkan informasi dari informan (seseorang yang dianggap memiliki informasi penting mengenai hal – hal atau objek yang sedang diteliti). Adapun menurut Sugiyono (2010) wawancara digunakan apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal mengenai objek yang diteliti melalui informan yang lebih mendalam. Wawancara mendalam (*deep interview*) adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Kriyantono, 2014, h. 102). Kebanyakan penelitian kualitatif menggunakan wawancara mendalam untuk mengumpulkan data – data informasi dari informan.

3.7.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menumpulkan dokumen, dokumen yang dikumpulkan dapat berupa tulisan, gambar, video, rekaman audio maupun karya – karya seseorang. Adapun bentuk tulisan yang dapat digunakan sebagai data bisa berupa catatan harian, biografi, cerita, peraturan, kebijakan, koran ataupun tabloid. Dokumentasi juga dikategorikan sebagai pelengkap penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2014, h. 240)

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data *filling system*. Wimmer & Dominick dalam Kriyantono (2014, h.200) menjelaskan bahwa “ periset yang telah

mengumpulkan data dan dirasa sudah cukup, data hasil observasi yang telah terkumpul lalu dianalisis berdasarkan kategori – kategori tertentu. Data mentah hasil oservasi bisa dikelompokkan ke dalam kategori – kategori. Cara yang dilakukan dengan memisahkan data berdasarkan kategori inilah yang disebut teknik analisis data *filling system*.”

Pada penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengkategorikan data – data hasil penelitian yang dilakukan ntuk menempuh fokus penelitian. Fokus penelitian memiliki beberapa kategori yang akan dipilih berdasarkan strategi *media relations* dan konstruksi citra pada Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Mataram. Setelah melakukan penelitian dan memperoleh data kemudian di pisahkan berdasarkan kategori – kategori yang telah ditentukan, maka peneliti dapat melakukan analisis data setelahnya.

Langkah – langkah yang diambil untuk teknik analisis *filling system* adalah sebagai berikut :

- 1) Mengumpulkan data (data dikumpulkan sampai dirasa cukup).
- 2) Menganalisis dara hasil observasi dengan membuat kategori – kategori (dimasukkan ke dalam domain – domain tertentu).
- 3) Mengelompokkan data hasil observasi ke dalam beberapa kategori, contoh; *relationship* (hubungan), interaksi horizontal, interaksi vertikal, perselisihan, dll.
- 4) Menginterpretasikan data – data dengan memadukan konsep – konsep atau teori – teori tertentu.

(Kriyantono, 2014, h. 200)

Analisis yang akan dilakukan oleh peneliti berdasarkan teori – teori dan konsep yang telah dijelaskan di tinjauan pustaka. Berdasarkan teknik analisis data *filling system*, peneliti menyimpulkan judul penelitian yang akan dilakukan adalah **“Strategi Media Relations Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram.”**

3.9 Keabsahan Data

Data yang telah didapatkan dan dianalisis harus diperiksa keabsahan datanya. Data tersebut harus melalui proses pemeriksaan keabsahan data. Salah satu teknik pemeriksaan keabsahan data adalah dengan teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2011, h. 330).

Triangulasi dapat dikategorikan sebagai teknik yang akurat dalam pengujian data – data. Hal ini dikarenakan ketika saat pengumpulan data sering ditemukan ketidaksamaan data yang diperoleh dari narasumber. Oleh karena itu, teknik triangulasi dianggap cocok karena menguji keabsahan data yang diperoleh dengan menggabungkan data – data sehingga dapat ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber menurut Patton (Sutopo, 2006, h.92) adalah teknik yang mengarahkan peneliti untuk menggunakan berbagai sumber yang ada pada saat mengumpulkan data. Teknik triangulasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan mengecek hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti dari berbagai narasumber sehingga dapat menggabungkan data dan mempermudah dalam menguji kredibilitas data.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Kota Mataram

Kota Mataram terletak di ujung bagian barat Pulau Lombok yaitu pada titik koordinat $116^{\circ}04' - 116^{\circ}10'$ Bujur Timur dan $08^{\circ}33' - 08^{\circ}38'$ Lintang Selatan, dengan batas wilayah sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kecamatan Gunung Sari, Kecamatan Batulayar, Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat.
- Sebelah Timur : Kecamatan Narmada dan Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat.
- Sebelah Selatan : Kecamatan Labuapi Kabupaten Lombok Barat
- Sebelah Barat : Selat Lombok
(Sumber : Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram)

Luas wilayah Kota Mataram $61,30 \text{ Km}^2$ (6.130 Ha) atau 0,30 persen dari luas Provinsi Nusa Tenggara Barat ($20.152,15 \text{ Km}^2$) , menjadikan Kota Mataram sebagai wilayah terkecil dari kabupaten/ kota yang ada. Secara administrasi Kota Mataram terbagi dalam 6 wilayah Kecamatan, 50 Kelurahan dan 321 lingkungan. Kota Mataram dialiri empat sungai besar yang berfungsi sebagai drainase dan irigasi, yaitu Sungai Jangkok, Sungai Ancar, Sungai Brenyok dan Sungai Midang. Hulu sungai – sungai tersebut berada di sekitar lereng Gunung Rinjani dan bermuara di sepanjang pesisir Pantai Ampenan (Sumber : Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram).

Kota Mataram sebagai ibukota Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan daerah terpadat dibandingkan kabupaten/ kota lainnya yang berada dalam lingkup Provinsi Nusa Tenggara Barat. Jumlah penduduk Kota Mataram pada tahun 2016 tercatat sebanyak 459.314 jiwa dengan

kepadatan 7.493/km², Kota Mataram mengalami peningkatan pertumbuhan penduduk sebesar 2,02% dari tahun 2015 yang tercatat sebanyak 450.226 jiwa. Berkaitan dengan kondisi penduduk di Kota Mataram, tentunya Pemerintah Kota Mataram mengukur Indeks Pembangunan Manusia (IPM) sebagai upaya untuk mengetahui kualitas sumber daya manusia di Kota Mataram. Indeks Pembangunan Manusia (IPM) sendiri merupakan alat untuk mengukur kualitas yang dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pembangunan manusia yang telah berhasil dicapai. Perkembangan IPM Kota Mataram selama periode 2015 – 2016 mengalami peningkatan. Pada tahun 2016, pencapaian IPM Kota Mataram ditargetkan sebesar 77,34 atau mengalami peningkatan sebesar 0,97 poin pada tahun 2015. Berdasarkan capaian tersebut kualitas manusia Kota Mataram terletak pada range 70 – 80 yang masuk dalam klasifikasi tinggi (Sumber : Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Mataram).

Tidak hanya mengembangkan kualitas sumber daya manusia, Kota Mataram juga terus berinovasi dalam mengembangkan potensi unggulan daerahnya sendiri. Dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Nasional, Kota Mataram ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Nasional (PKN) yang berfungsi sebagai simpul utama transportasi serta kegiatan perdagangan dan jasa skala regional. Sedangkan dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), Kota Mataram ditetapkan sebagai Kawasan Strategis Provinsi (KSP) Mataram Metro di bidang pertumbuhan ekonomi. Keberadaan Kota Mataram sebagai Pusat Kegiatan Nasional (PKN) dan Kawasan Strategis Provinsi (KSP) memiliki potensi yang sangat strategis dalam pengembangan wilayah kota. Selain itu, Kota Mataram juga dibagi dalam beberapa wilayah pusat pelayanan dengan fungsi utamanya sebagai berikut :

1. Wilayah Ampenan berfungsi sebagai pusat pelayanan untuk kegiatan perdagangan, jasa, dan pusat pariwisata.
2. Wilayah Mataram berfungsi sebagai pusat pelayanan untuk kegiatan yang berkaitan dengan segala kegiatan perkantoran, pemerintahan dan fasilitas umum & sosial.

3. Wilayah Cakranegara berfungsi sebagai sebagai pusat pelayanan dalam kegiatan perdagangan dan pusat kegiatan bisnis.

Kota Mataram memiliki beberapa wilayah potensial yang diharapkan mampu untuk membantu mendorong pertumbuhan wilayah dan memiliki pengaruh yang sangat penting serta strategis sehingga mampu menaikkan pertumbuhan dan perkembangan wilayah dengan baik dalam bidang ekonomi, sosial – budaya, dan lingkungan. Adapun diantaranya adalah :

1. Kawasan strategis bidang pariwisata

Kawasan pariwisata biasanya akan membawa dampak efek yang berganda (*multiple effects*), sehingga mampu memberikan pemasukan bagi wilayahnya. Kawasan strategis bidang pariwisata di Kota Mataram ditetapkan pada beberapa lokasi. Pertama ada kawasan bekas Bandar Udara Selaparang di Kelurahan Rembiga (Kecamatan Selaparang) dan Kelurahan Ampenan Utara (Kecamatan Ampenan) sebagai kawasan pariwisata dengan konsep MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, dan Exhibitions*) yang berbasis lingkungan dan telah diatur dalam Peraturan Walikota Mataram Nomor 12 Tahun 2014. Kawasan ini merupakan wilayah yang digunakan oleh Pemerintah Kota Mataram untuk pengembangan daerah tujuan pariwisata sesuai dengan konsep yang telah diatur oleh Kepala Daerah Kota Mataram.

Selain itu juga ada Kawasan Mayura yang didalamnya terdapat beberapa kawasan yaitu, Taman Mayura, Pura Meru dan Kolam pemandian Mayura di Kelurahan Mayura (Kecamatan Cakranegara). Kawasan ini merupakan daerah tujuan pariwisata religi dan situs bersejarah bagi Umat Hindu di Kota Mataram yang masih menjadi ikon Daerah Cakranegara. Adapula Kawasan Udayana di Kelurahan Kebon Sari dan Kelurahan Pejarakan Karya (Kecamatan Ampenan). Kawasan Udayana merupakan daerah yang berada dekat dengan

pusat pemerintahan Kota Mataram yang dimanfaatkan sebagai lahan hijau dan taman rekreasi kota yang dibuat untuk warga Kota Mataram dan dilengkapi fasilitas seperti; *jogging track* (area untuk lari), *skate park* (area untuk olahraga papan seluncur), area olahraga, area beribadah dan aneka wisata kuliner untuk keluarga.

Selain adanya daerah – daerah kawasan pariwisata, adapun kawasan khusus untuk sentra kerajinan khas Kota Matarm, yaitu Kawasan Industri Sentra Kerajinan Emas dan Mutiara Sekarbela di Kelurahan Pagesangan, dan Kelurahan Karang Pule (Kecamatan Sekarbela). Kawasan ini digunakan sebagai destinasi kerajinan mutiara khas Lombok yang terkenal sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang mengunjungi. Adapula Kawasan Mapak yang terdiri dari kawasan pariwisata pantai , situs budaya religi Makam Loang Baloq, taman rekreasi, serta kawasan pengembangan pelabuhan wisata yang membentang dari Kelurahan Tanjung Karang hingga Kelurahan Jempong Baru (Kecamatan Sekarbela). Selain itu, Kawasan Kota Tepian Air di Kelurahan Bintaro, Kelurahan Ampenan Tengah, dan Kelurahan Ampenan Selatan (Kecamatan Ampenan) sebagai daerah destinasi wisata untuk wisatawan yang ingin menikmati keindahan pesisir pantai di wilayah Kota Mataram.

Setelah itu, Kota Mataram juga dilengkap juga dengan destinasi wisata kuliner di Kawasan Sayang – Sayang di Kelurahan Rembiga dan Kelurahan Sayang – Sayang (Kecamatan Sandubaya) yang telah dipusatkan Pemerintah Kota Mataram sebagai kawasan pariwisata kuliner berkonsep pemandangan alam Kota Mataram.

Selain itu, adapun kawasan bidang lainnya yang menjadi pusat pengembangan daerah di Kota Mataram, kawasan ini menjadi pusat pengembangan untuk kebutuhan layanan jasa dan perdagangan di Kota Mataram.

2. Kawasan strategis bidang perdagangan dan jasa.

Kawasan ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi pada bidang perdagangan dan jasa, dan lokasi kawasan ini ditetapkan di beberapa lokasi, diantaranya ada Pusat Perdagangan Ampenan di Kelurahan Dayen Peken, Kelurahan Ampenan Tengah, dan Kelurahan Ampenan Selatan (Kecamatan Ampenan), Pusat perdagangan grosir dan pusat bisnis Cakranegara di Kelurahan Cakranegara Barat, Kelurahan Cilinaya, Kelurahan Mayura, Kelurahan Cakranegara Timur, dan Kelurahan Cakranegara Selatan, serta Kawasan Bertais dan Kawasan Mandalika.

Selain untuk pengembangan di bidang jasa dan perdagangan, Kota Mataram juga memiliki kawasan lainnya sebagai daerah pusat pengembangan, diantaranya adalah dengan dibentuknya kawasan strategis kepentingan sosial dan budaya.

3. Kawasan strategis kepentingan sosial budaya.

Kawasan strategis di bidang sosial budaya ditetapkan di kawasan yang dinyatakan memiliki nilai historis maupun kegiatan – kegiatan budaya untuk tempat pelestarian dan pengembangan adat istiadat dan budaya. Kawasan strategis ini juga merupakan aset daerah dalam wisata sejarah dan budaya yang dapat menunjukkan jati diri Kota Mataram. Lokasi yang termasuk dalam kawasan strategis sosial budaya adalah ;

- 1) Kawasan Bintaro di Kelurahan Bintaro (Kecamatan Ampenan). Kawasan ini terdapat makam dari Dende Seleh, salah satu tokoh yang dianggap memiliki banyak sejarah oleh warga Kota Mataram.
- 2) Kawasan Makam Van Ham di Kelurahan Cilinaya (Kecamatan Cakranegara) yang merupakan peninggalan masa penjajahan di Kota Mataram.
- 3) Kawasan Pusat Kajian Islam (Islamic Center) di Kelurahan Dasan Agung.

Islamic Center sebagai ikon baru Provinsi Nusa Tenggara Barat yang dibangun

di Kota Mataram juga menjadi salah satu destinasi wisata religi yang diandalkan oleh Pemerintah Kota Mataram.

- 4) Kawasan Kota Tua Ampenan di Kelurahan Ampenan Tengah dan Ampenan Selatan (Kecamatan Ampenan).

Kota Mataram sebagai daerah yang mengusung slogan Maju, Religius dan Berbudaya tidak hanya mengembangkan daerah sebagai pusat kegiatan pariwisata dan perekonomian saja, namun pusat destinasi wisata religi dan situs kebudayaan juga harus dikembangkan sebagai wujud pemenuhan kebutuhan masyarakat dan wisatawan akan keberadaan pusat destinasi wisata religi. Selain itu, Kota Mataram juga memberikan perhatian yang lebih dalam pengembangan pusat pemeliharaan dengan memanfaatkan fungsi daya dan lingkungan hidup.

4. Kawasan strategis dari sudut pandang kepentingan fungsi dan daya lingkungan hidup.

Kawasan yang termasuk dalam pemanfaatan fungsi dan daya lingkungan hidup diantaranya adalah ; Kawasan Konservasi di sepanjang Sungai Midang, Sungai Jangkok, Sungai Ancar, dan Sungai Brenyok. Selain itu adapula Kawasan Konservasi sempadan pantai Selat Lombok sepanjang 8 – 9 km, Kawasan lindung di Kelurahan Pagutan Timur (Kecamatan Mataram) serta Kelurahan Sayang – Sayang dan Selagalas (Kecamatan Sandubaya) dan juga Kawasan Ruang Terbuka Hijau (RTH) di tiap tanah pecatu yang terdapat di Kota Mataram.

Selain beberapa Kawasan yang telah ditetapkan di atas, Kota Mataram juga memiliki potensi lain di beberapa klaster industri unggulan yang berpotensi untuk dikembangkan, diantaranya adalah Wilayah Sekarbela, Pagutan dan Kamasan dengan jenis klaster industri

kerajinan emas, mutiara dan perak, selain itu Kota Mataram juga memiliki Wilayah Sayang – Sayang dengan klaster industri kerajinan kayu dan cukli, Wilayah Seganteng dan Pagutan sebagai daerah industri kerupuk kulit, Wilayah Abian Tubuh sebagai pusat industri tahu dan tempe, Wilayah Babakan sebagai pusat industri kerajinan dari logam, dan Wilayah Pagutan dengan sentra industri onveksi dan border serta kerajinan kulit kerang dan tanduk.

(Sumber : Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram)

4.1.2 Pemerintah Kota Mataram

Sebelum menjadi Kota Mataram, banyak tahapan yang dilalui Kota Mataram yang berawal dari Desa, Kecamatan sehingga menjadi Kota Administratif, Kota Madya Dati II dan akhirnya menjadi Kota Mataram. Kota Administratif Mataram terbentuk merujuk pada Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 1978. Dengan adanya keputusan pembentukan Kota Administratif (Kotif) Mataram, perubahan dan perkembangan di Kota Mataram semakin pesat.

Tidak lama setelah perubahan status Kotif Mataram, diberlakukan UU No.4 Tahun 1993 yang menyatakan perubahan status Kota Administratif Mataram menjadi Kotamadya Mataram yang ditetapkan pada tanggal 31 Agustus 1993. Kotamadya Mataram terdiri dari 3 Kecamatan, yaitu Kecamatan Mataram, Kecamatan Cakranegara dan Kecamatan Ampenan serta 23 kelurahan dan 247 lingkungan yang masuk dalam wilayah pemerintahan Kotamadya Mataram. Sejalan diberlakukannya UU No.22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, maka terjadi perubahan atas sebutan Kotamadya Dati II Mataram menjadi Kota Mataram.

Berdasarkan sejarah perjalanan Kota Mataram, begitu pula perjalanan terbentuknya Pemerintah Kota Mataram. Berdasarkan perubahan UU No.22 Tahun 1999 tentang Pemerintah

Daerah menjadi UU No.32 Tahun 2004 mengenai Pelaksanaan Pemerintahan Daerah serta Otonomi Daerah, dinyatakan bahwa Pemerintah Daerah memiliki hak dan wewenang mengatur, menjalankan dan melaksanakan aturan dan kegiatan daerahnya sendiri.



Gambar 4.1

Logo Pemerintah Kota Mataram

Sumber : Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram

4.1.2.1 Visi dan Misi Pemerintah Kota Mataram

Visi dan Misi Kota Mataram yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Mataram periode 2016 – 2021 adalah sebagai berikut:

1. Visi Kota Mataram

Visi Kota Mataram adalah **“Terwujudnya Kota Mataram yang Maju, Religius dan Berbudaya.”**

2. Misi Kota Mataram

Misi Kota Mataram dalam langkah untuk mencapai Visi-nya adalah sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan keimanan dan ketawaan masyarakat melalui penerapan nilai – nilai agama dan kearifan lokal dalam rangka mewujudkan masyarakat yang aman, rukun dan damai.
- 2) Meningkatkan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) melalui pemenuhan pelayanan sosial dasar dan penguasaan Iptek dalam rangka mewujudkan daerah yang berdaya saing.
- 3) Mendorong kemajuan ekonomi melalui pemberdayaan ekonomi rakyat berbasis potensi lokal dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.
- 4) Meningkatkan kelayakan hidup masyarakat melalui penanganan sarana prasarana perkotaan berbasis tata ruang dalam rangka mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan.
- 5) Meningkatkan keadaan pelayanan publik melalui reformasi birokrasi dalam rangka mewujudkan pemerintahan yang baik (*Good Governance*).

4.1.3 Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram

Bagian Humas dan Protokol dibentuk berdasarkan Perda Kota Mataram Nomor 5 Tahun 2008 mengenai Pembentukan Susunan Organisasi Perangkat Daerah Kota Mataram. Sebelumnya, Bagian Humas dan Protokol merupakan Kantor Informasi dan Komunikasi Kota Mataram. Saat ini, Bagian Humas dan Protokol berada pada bagian Sekretariat Daerah Kota Mataram.

Semenjak diberlakukannya UU Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah yang mengatur tentang pemberian kewenangan kepada daerah dalam melaksanakan kegiatan pelayanan masyarakat sehingga diharapkan daerah mampu mandiri dalam menjalankan pemerintahan daerahnya masing – masing. Seiring dengan berjalannya pemerintahan oleh Pemerintah Kota Mataram dalam mengatur daerahnya sendiri tentunya banyak elemen yang diperlukan untuk menunjang berbagai kegiatan pemerintahan, salah satunya adalah terkait

bidang informasi dan komunikasi. Kebutuhan pemerintah akan informasi dan komunikasi tentunya untuk menunjang segala kegiatan pemerintahan baik skala internal pemerintahan dan eksternal yang dapat menjangkau masyarakat Kota Mataram. Informasi dan Komunikasi yang dianggap memiliki peranan penting dalam penyebaran berita terkait aktivitas dan kebijakan pemerintah menjadi tolak ukur untuk membentuk Bagian Humas dan Protokol pada Sekretariat Daerah Kota Mataram, selain itu juga Bagian Humas dan Protokol menjadi jembatan penghubung antara pemerintah dan masyarakat Kota Mataram.

Adapun tugas pokok dan fungsi Bagian Humas Masyarakat Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam membantu pelaksanaan penyelenggaraan kegiatan pemerintah daerah sesuai Peraturan Walikota Mataram Nomor 17 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Peraturan Walikota Mataram Nomor 32 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan, Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Sekretariat Daerah Kota Mataram. Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram terbentuk dan dikepalai oleh Kepala Bagian yang dibawahnya terdapat Sub Bagian Protokol dan Tata Usaha, Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi, serta Sub Bagian Hubungan Masyarakat (Humas).

Berdasarkan Peraturan Walikota Mataram Nomor 17 Tahun 2017, maka telah ditetapkan tugas pokok dan fungsi dari Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, yaitu :

1. Tugas Pokok :

Menyiapkan perumusan kebijakan pemerintah, mengkoordinasikan pelaksanaan tugas dan fungsi dalam pemerintah, memantau dan mengevaluasi berbagai program, kegiatan, dan penyelenggaraan pembinaan teknis, administrasi dan sumber daya di

bidang penyelenggaraan kehumasan Walikota dan Wakil Walikota. Sebagai penyelenggara keprotokolan, penyelenggaraan acara dan tamu serta penyelenggaraan dokumentasi dan publikasi, komunikasi publik dan tata usaha pimpinan dan Kepala Daerah.

Selain memiliki tugas yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Mataram, adapun fungsi dari Bagian Humas dan Protokol adalah sebagai berikut :

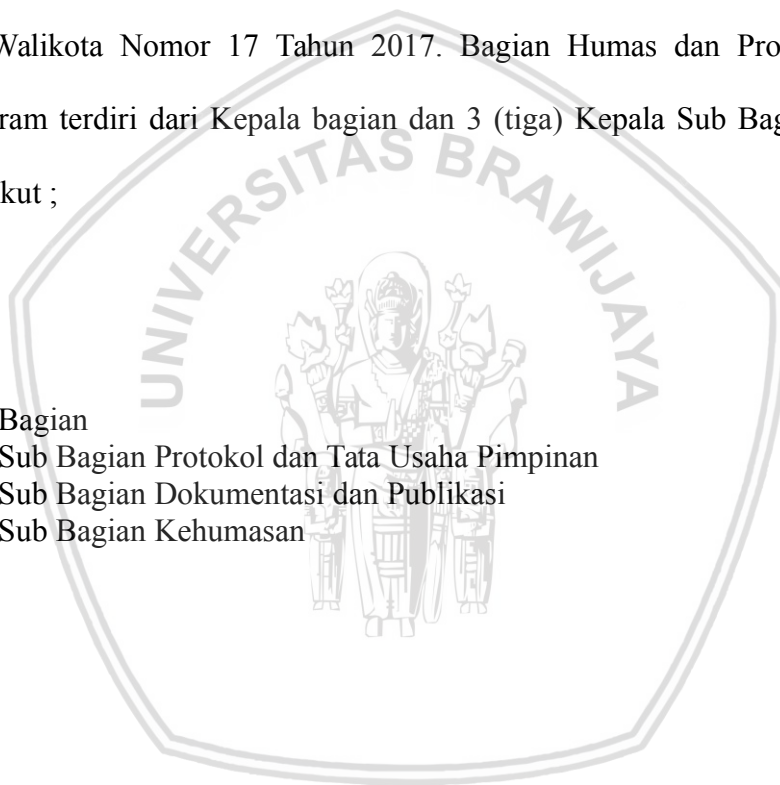
2. **Fungsi :**

- a. Bagian Humas dan Protokol memiliki fungsi sebagai pelaksana penyiapan perumusan kebijakan di bidang penyelenggaraan kehumasan Walikota dan Wakil Walikota, penyelenggara keprotokolan, sebagai pengatur dalam penyelenggaraan acara dan tamu daerah, penyelenggara fungsi dokumentasi dan publikasi dan penyebaran informasi dan komunikasi kepada publik serta tata usaha kepala daerah, melaksanakan koordinasi dan penyusun program kegiatan serta penunjuk teknis di bidang penyelenggara kehumasan Kepala Daerah, melakukan pembinaan teknis administrasi dan SDM di bidang kehumasan.
- b. Pelaksana dalam kegiatan pemrosesa administrasi perizinan perjalanan dinas luar negeri bagi pejabat dan pegawai pemerintah daerah, pimpinan serta anggota DPRD. Administrasi Kepala Daerah dan pegawai diurus melalui Bagian Humas dan Protokol.
- c. Bagian Humas dan Protokol sebagai pelaksana juru bicara Walikota, Wakil Walikota dan Pemerintah Daerah Kota Mataram, serta melaksanakan persiapan kegiatan dalam merumuskan kebijakan pada bidang penyelenggaraan kehumasan Walikota dan Wakil Walikota;

- d. Melaksanakan kegiatan monitoring dan evaluasi penyelenggaraan pemerintahan serta pembangunan di bidang penyelenggaraan kehumasan Walikota dan Wakil Walikota dan melaksanakan tugas – tugas lain yang dibawah Sekretariat Daerah Kota Mataram.

Selain mengatur tugas pokok dan fungsi Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, Pemerintah Kota Mataram juga mengatur beberapa hal terkait dengan Bagian Humas dan Protokol. Selain itu, struktur organisasi Bagian Humas dan Protokol juga diatur dalam Peraturan Walikota Nomor 17 Tahun 2017. Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram terdiri dari Kepala bagian dan 3 (tiga) Kepala Sub Bagian. Susunannya adalah sebagai berikut ;

1. Kepala Bagian
2. Kepala Sub Bagian Protokol dan Tata Usaha Pimpinan
3. Kepala Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi
4. Kepala Sub Bagian Kehumasan



Bagan 4.1
STRUKTUR ORGANISASI BAGIAN HUMAS DAN PROTOKOL SETDA KOTA
MATARAM

KEPALA BAGIAN

DRS. LALU MASHUN

STAFF SUBBAG. HUMAS

- 1. DEWI PURNAMA WULAN, SE**
NIP. 19740313 200801 2 016
- 2. SITI MAYSAROH, SE**
NIP. 19810516 200801 2 021
- 3. NI MADE SRI W, A.Md**
NIP. 19770518 201101 2 002
- 4. L. YUDHI H.P.N, A.Md**
NIP. 19820617 201101 1 013
- 5. RENO SURYONO**
NIP. 19801222 200801 1 011
- 6. SYAMSUBIN NOOR**
NIP. 19711020 200801 1 014

STAFF SUBBAG. PROTOKOL

- 1. EVI NOVITA, S.IP**
NIP. 19741119 200112 2 006
- 2. AHMAD GUNAWAN**
NIP. 1970221 200701 1 011
- 3. B. LIDYA ANGGRAENI**
NIP. 19760606 201001 2 004
- 4. FATIA ISTIANI M, S. STP**
NIP. 19940427 201609 2 002
- 5. MUCHSIN ALKAFF**
NIP. 1982 0102 201001 1 013
- 6. RESKY MARDHIAH L. A**
NIP. 19951109 201501 2 0021
- 7. LALU HERU NURYADIN**
NIP. 19830527 201406 1 003

STAF SUBBAG. DOKUMENTASI & PUBLIKASI

- 1. INDAH PUSPORINI, S. Sos**
NIP. 19820618 201501 2 001
- 2. B. VANIA PUSPANJANI, S. STP**
NIP. 1993 0917 201609 2 002
- 3. SONY BASTIAN, A.Md**
NIP.19810306 2009001 1 001
- 4. I MADE ADI JAYADI**
NIP. 19790719 201212 1 001
- 5. NEUFY ERIS INDINI**
NIP. 19760902 201406 2 007



Sumber : Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram

4.1.3.1 TUGAS POKOK SUB BAGIAN HUMAS DAN PROTOKOL

Berdasarkan struktur organisasi Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, Bagian Humas dan Protokol membawahi beberapa Sub Bagian dalam membagi dan mengatur pelaksanaan tugas Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, yaitu Sub Bagian Protokol dan Tata Usaha Pimpinan, Sub Bagian Humas dan Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi. Masing – masing Sub Bagian memiliki tugas pokok, diantaranya adalah :

1. Sub Bagian Protokol dan Tata Usaha Pimpinan

Tugas pokok Sub Bagian Protokol dan Tata Usaha Pimpinan adalah menyiapkan koordinasi pembinaan dan petunjuk pelaksanaan kebijakan pelayanan, keprotokolan dan Tata Usaha Pimpinan , penataan acara, pelayanan tamu dan urusan undangan.

2. Sub Bagian Humas

Tugas pokok Sub Bagian Humas adalah mengendalikan dan menyiapkan bahan untuk perumusan dan pelaksanaan kebijakan, menyusun norma, standar, prosedur dan kriteria, pemberian bimbingan teknis dan supervisi, pemantauan, pengevaluasian, serta pelaporan terkait fungsi kehumasan dan layanan hubungan media di Kota Mataram.

3. Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi

Tugas pokok Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi adalah menyiapkan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, pemberian bimbingan dan supervisi, pemantauan, evaluasi, pelaporan terkait fungsi dan pelayanan informasi publik melalui kegiatan pemberitaan, pendokumentasian, dan publikasi kegiatan/ kebijakan Walikota/Wakil Walikota/ Sekretaris Daerah dan Pemerintah Kota Mataram.

4.1.3.2 FUNGSI SUB BAGIAN

Bagian Humas dan Protokol yang dibawahnya terdapat beberapa Sub Bagian diantaranya; Sub Bagian Protokol dan Tata Usaha Pimpinan, Sub Bagian Humas dan Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi memiliki fungsi masing – masing untuk menyelenggarakan pemerintahan yang baik pada Sekretariat Daerah Kota Mataram. Fungsi masing – masing Sub Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram diantaranya adalah;

1. Sub Bagian Humas

Sub Bagian Humas merupakan bagian yang menangani dan mengatur segala bentuk kegiatan kehumasan pada Bagian Humas dan Protokol serta memiliki tanggung jawab terhadap Kepala Daerah dan Pemerintah Kota Mataram. Sub Bagian Humas memiliki fungsi sebagai berikut;

- 1) Menyusun Rencana Kerja Anggaran (RKA) dan Program Kerja Sub Bagian, menyiapkan layanan pengaduan masyarakat (*crisis center*), pengelolaan hubungan media (*media relations*), menyediakan bahan komunikasi dan informasi bagi Kepala Daerah (*briefing notes, press release, backgrounders*);
- 2) Menyiapkan bahan untuk pelaksanaan kordinasi humas, menyiapkan bahan untuk pembinaan, petunjuk pelaksanaan, dan perumusan kebijakan di bidang kehumasan, menyiapkan bahan dan materi untuk kegiatan siaran pers dan media massa, menyebarluaskan informasi pembangunan dalam bentuk sosialisasi dan himbauan kepada masyarakat, menganalisa hasil pemberitaan dan informasi yang berkembang di media massa. Sub Bagian Humas memiliki peran penting dalam segala bentuk pemberitaan yang berkembang di media.
- 3) Sub Bagian Humas juga harus membangun kerja sama dan mengelola media massa, menghimpun bahan dokumentasi naskah – naskah pidato Walikota, Wakil Walikota dan Sekretaris Daerah;

- 4) Menyiapkan bahan terkait kunjungan kerja pada Dewan legislatif (DPRD, DPD) dan eksekutif (Kepala Daerah) di Kota Mataram, mengelola buku tahunan Pemerintah Daerah dan melaksanakan tugas – tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian Humas dan Protokol.

Berdasarkan tugas dan fungsi dari Sub Bagian Humas di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Sub Bagian Humas memiliki tugas melaksanakan berbagai kegiatan kehumasan, membangun relasi dan mengelola media massa, serta menjaga segala pemberitaan yang berkembang di media mengenai Kepala Daerah dan Pemerintah Kota Mataram.

Selain itu, adapun Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi sebagai bagian terakhir dibawah Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Adapun Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi memiliki tugas dan fungsinya sebagai berikut ;

2. Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi

Adapun fungsi dari Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram adalah;

- 1) Menyusun Rencana Kerja Anggaran (RKA) dan Program Kerja Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi, menyiapkan bahan untuk penyusunan kebijakan Pemerintah Daerah dan bahan pelaksanaan koordinasi dalam bidang publikasi dan dokumentasi;
- 2) Menyiapkan bahan dokumentasi dalam berbagai kegiatan Kepala Daerah dalam bentuk foto, video, audio visual atau rilis berita dan mengelola klippingg berita media cetak, mengumpulkan data informasi terkait pendapat, opini, sikap dan tanggapan masyarakat terkait dengan pelaksanaan kegiatan, kebijakan dan aturan Pemerintah Daerah, mengelola majalah/ buletin Pemerintah Daerah sebagai

bahan produksi dari Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.

- 3) Memberikan tanggapan berita dan klarifikasi masalah yang berkembang di media, menyiapkan bahan dan mengelola desiminasi informasi media luar ruang, mempersiapkan bahan terkait ucapan selamat dan duka cita Kepala Daerah dan Pemerintah Kota Mataram kepada pihak – pihak yang dianggap penting di media, menyiapkan, menyimpan dan memelihara peralatan dan hasil dokumentasi serta melaksanakan tugas – tugas lainnya yang dibawah perintah Kepala Bagian.

Berdasarkan tugas dan fungsi dari Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram di atas, dapat disimpulkan bahwa tugas utama dan fungsi dari Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi adalah sebagai pelaksana kegiatan pengumpulan dokumentasi segala bentuk kegiatan ataupun acara dari Kepala Daerah serta Pemerintah Daerah.

4.1.4 Visi, Misi, Komitmen Bersama, dan Maklumat Pelayanan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram

Berada sebagai ujung tombak informasi dan komunikasi pada Pemerintah Kota Mataram, Bagian Humas dan Protokol memiliki visi, misi, komitmen bersama dan maklumat pelayanan dalam melaksanakan tugas dan menjalankan fungsinya dibawah instansi Pemerintah Kota Mataram. Adapun visi dari Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram adalah sebagai berikut :

1. Visi

Visi bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram adalah: “**Terwujudnya masyarakat berbudaya di era keterbukaan informasi publik mendukung pembangunan Kota Mataram**”. Berdasarkan Visi Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dapat dimaknai bahwa Bagian Humas memiliki tanggungjawab dalam membangun Kota Mataram melalui pengembangan keterbukaan informasi publik sehingga program kehumasan dapat berjalan sesuai dengan tugas dan fungsinya yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Daerah Kota Mataram.

Selain memiliki visi, Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram juga memiliki Misi untuk menjalankan tugas dan fungsinya.

2. Misi

Bagian Humas dan Protokol memiliki Misi untuk mencapai Visi- nya sebagai berikut :

- 1) Menyebarluaskan informasi penyelenggaraan pemerintahan Kota Mataram;
- 2) Membangun citra Kepala Daerah dan Pemerintah Daerah;
- 3) Membangun relasi dengan media;
- 4) Menjadi jembatan penghubung antara Pemerintah Daerah dan masyarakat;
- 5) Melaksanakan kegiatan keterbukaan Informasi publik.

3. Komitmen Bersama

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram memiliki komitmen bersama dalam menjalankan tugas dan fungsinya di dalam Pemerintahan Kota Mataram, diantaranya adalah :

- 1) Berkomitmen menjalankan nilai – nilai integritas pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.
- 2) Melayani masyarakat Mataram dengan menjunjung tinggi nilai – nilai Maju, Religius dan Berbudaya.
- 3) Mendukung terwujudnya tata kelola pemerintahan yang baik, akuntabel, bebas dari korupsi, kolusi, nepotisme dan pungli.

Komitmen bersama Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram sebagai bentuk keinginan untuk menjalankan tugas dan fungsi Bagian Humas dan Protokol atas dasar kesepakatan bersama untuk melaksanakan tugas dalam menjaga Pemerintah Kota Mataram serta Kepala Daerah untuk keberlangsungan pemerintahan yang baik, jujur dan bebas korupsi.

4. Maklumat Pelayanan

Dalam menjalankan tugas sebagai bagian dari Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, adapun sumpah atau maklumat yang dibuat oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram yaitu ;
“ **Dengan ini kami, seluruh unsur Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram menyatakan sanggup untuk menyelenggarakan pelayanan sesuai dengan pelayanan yang telah ditetapkan. Apabila kami tidak memenuhi standar pelayanan, kami siap menerima sanksi sesuai dengan perundang – undangan yang berlaku.**”

4.2 Profil Informan

Berikut adalah data – data yang menyajikan identitas informan dalam penelitian :

a. Identitas Informan Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram

1) Nama : Drs. Lalu Mashun

Jabatan: Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.



Gambar 4.2

Kepala Bagian Humas dan Protokol

Sumber : Dokumentasi peneliti

Drs. Lalu Mashun adalah Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Drs. Lalu Mashun dalam menjalankan tugas dan fungsinya di pemerintahan khususnya pada Bagian Humas dan Protokol adalah sebagai pelaksana tugas dalam Rencana Kerja Anggaran (RKA), menjalankan kegiatan pemerintahan dan Kepala Daerah, menjalankan fungsi administrasi Bagian Humas dan Protokol, menyiapkan koordinasi pembinaan dan petunjuk pelaksanaan kebijakan pelayanan keprotokolan dan Tata Usaha Pimpinan, tata acara dalam pelayanan tamu dan urusan para undangan Pemerintah Kota Mataram dan Kepala Daerah serta menyiapkan koordinasi para ajudan pimpinan pemerintah daerah, beliau juga melakukan kontrol terhadap dokumentasi dan peliputan acara serta kegiatan pimpinan pemerintah daerah, penyiapan bahan pelaksanaan pemantauan dan evaluasi program kegiatan dan penyelenggaraan pembinaan secara teknis.

Drs. Lalu Mashun, selaku Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram menurut penulis merupakan pribadi yang cukup baik, ramah dan rendah hati meskipun beliau merupakan Kepala Bagian, namun beliau tidak segan membantu pekerjaan pegawainya baik ASN maupun pekerja honorer. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti sangat terbantu karena beliau memberikan informasi dengan lengkap, bahkan peneliti diberikan kebebasan dalam melakukan pengambilan data dan diajak turut serta untuk mengikuti kegiatan humas secara detail. Beliau menyediakan waktu dan kesempatan untuk peneliti melakukan kegiatan wawancara dan dokumentasi yang terkait untuk kepentingan penelitian ini.

- 2) Nama : Martha Yuli, S. Kom
Jabatan: Kepala Sub Bagian Humas



Gambar 4.3

Kepala Sub Bagian Humas

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Martha Yuli, S. Kom merupakan Kepala Sub Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram. Tugas yang dijalankan oleh Ibu Martha Yuli adalah menjalankan, mengontrol dan mengevaluasi segala kegiatan kehumasan dalam Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.

Ibu Martha Yuli, S. Kom yang panggilan akrabnya adalah Ibu Yuli sangat membantu peneliti dalam melakukan penelitian, beliau membantu peneliti mulai dari penyediaan data wawancara, data – data dan dokumen pribadi serta dokumentasi kegiatan humas. Ibu Yuli sangat ramah, perhatian dan mau memberikan informasi – informasi penting kepada peneliti.

- 3) Nama : Ni Made Sri Widiastiti, A. Md
Jabatan: Staf Sub Bagian Humas



Gambar 4.4
Staf Humas

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Ni Made Sri Widiastuti, A. Md merupakan salah satu staff humas pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Staff humas yang biasa dipanggil Mbak Ade ini bertugas dan bertanggung jawab atas pembuatan naskah pidato Kepala Daerah, membuat kliping pemberitaan terkait Kota Mataram di surat kabar dan mengawasi jalannya kegiatan kunjungan kerja di Kantor Pemerintahan Kota Mataram.

Mbak Ade merupakan sosok yang periang, baik, ramah dan suka bergaul. Dalam penelitian ini, Mbak Ade sangat membantu peneliti karena beliau membantu dengan baik dan perhatian terhadap kegiatan penelitian yang dilakukan peneliti.

- 4) Nama : Rosi Indriani, S. Sos
Jabatan: Penyiar Radio Suara Kota & Staff Humas



Gambar 4.5
Penyiar Radio Suara Kota & Staf Humas

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Rosi Indriani, S. Sos merupakan Penyiar Radio Suara Kota sejak Tahun 2011 dan menjadi staff honorer di Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram, Mbak Indi sapaan akrabnya memiliki tanggung jawab pada kegiatan peliputan, penyiaran di radio pemerintah, dan sering kali turun lapangan untuk membant kegiatan humas dan pers.

Mbak Indi merupakan sosok yang ramah dan lucu, tidak heran karena beliau merupakan penyiar yang terkenal ramah. Dalam penelitian ini, Mbak Indi memberikan banyak informasi dan pandangan bagaimana humas dan pers bergerak untuk membungkus sebuah berita sebelum itu turun kepada masyarakat.

b. Identitas Informan Media Massa

1) Nama : Nathea

Media : Lombok Post



Gambar 4.6

Wartawan Harian Lombok Post

Sumber : Dokumentasi Peneliti

2) Nama : Lalu Muhammad Zainuddin

Media : Lombok Post



Gambar 4.7

Wartawan Lombok Post

Sumber : Dokumentasi Peneliti

4.3 Penyajian Data

Penyajian data dan observasi hasil penelitian melakukan teknik analisis *filling system*, berdasarkan aturan penyajian data maka peneliti akan menyajikan data dengan mengkategorisasikan data – data yang terkumpul berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan dianalisis hasilnya untuk mendapatkan hasil yang merujuk pada gambaran tentang strategi *media relations* dan bagaimana pengaruhnya pada konstruksi citra Kota Mataram yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Adapun kategorisasi dari penyajian data pada penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Aktivitas *media relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.
 2. Strategi *media relations* yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram
 3. *Media relations* sebagai upaya untuk membentuk citra Kota Mataram.
- Adapun penjelasan dari kategori – kategori tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

4.3.1 Aktivitas *Media Relations* Bagian Humas

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram pada dasarnya memiliki tujuan untuk membentuk citra (*image*) positif bagi suatu organisasi, khususnya organisasi pemerintahan seperti Pemerintah Kota Mataram yang dibantu oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Dalam pelaksanaan kegiatan untuk membentuk atau meningkatkan citra positif suatu organisasi pemerintahan, tentunya humas harus mengetahui siapa saja sasarnya sehingga tepat sasaran. Hal ini tentunya dilakukan dengan memanfaatkan publik internal dan eksternal pemerintah. Strategi Bagian Humas

untuk mencapai citra positif tentunya jika dikaitkan dengan masalah penelitian ini, adalah strategi *media relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram untuk mencapai citra positif.

Berbagai kegiatan untuk membangun hubungan telah dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram baik hubungan secara internal dan eksternal pemerintahan. Salah satu kegiatan relasi yang dibangun dengan eksternal pemerintahan adalah kegiatan *media relations* atau biasa disebut hubungan dengan media. Melalui *media relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram menggungkannya sebagai medium penyampai pesan dan informasi bagi Pemerintah Kota Mataram kepada masyarakat dan publik eksternal Pemerintah Kota Mataram. Hubungan yang dibangun oleh humas tentunya memiliki tujuan untuk memanfaatkan media sebagai alat penyebarluasan informasi, komunikasi dan segala bentuk kegiatan pemerintah dapat diterima oleh masyarakat.

Hubungan yang baik yang diharapkan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dengan pers tidak bisa terjalin jika tidak ada upaya khusus dari humas untuk membangun hubungan baik. Adapun upaya – upaya tersebut dapat berupa strategi khusus yang digunakan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram untuk membangun hubungan baik dan dapat memanfaatkan media secara maksimal dalam tujuan pelayanan publik melalui program kehumasan yang telah dirancang oleh Humas Pemerintah Kota Mataram. Untuk membangun hubungan yang baik dengan pers maka Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram perlu menyiapkan dan menyusun strategi – strategi yang dapat mempermudah humas untuk berhubungan baik dengan media. Strategi yang dimaksudkan bisa berupa pemberian perlakuan dan pelayanan

yang baik kepada media, melakukan kerja sama yang saling menguntungkan dan mempermudah media dalam pencarian informasi, menjalin hubungan yang baik secara personal maupun grup, dan membangun saling kepercayaan antara pihak humas dengan media.

Strategi terkait bagaimana Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam memberikan pelayanan kepada media telah diungkapkan oleh Kepala Sub Bagian Humas dan Protokol, Drs. L. Mashun sebagai berikut :

“kita mencoba untuk mengenali pers, pertama kita membangun komunikasi dengan Pimred (pimpinan redaksi), kemudian siapakah yang ditugaskan oleh Pimred untuk meliput situasi di Kota Mataram khususnya,. Selanjutnya, tugas mana yang mereka lakukan disini kita saling isi mengisi terkait dengan tugas dia selaku peliput/ pers yaitu tugas kami selaku humas memberikan informasi terkait yang dibutuhkan.” (Hasil wawancara dengan Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, Drs. Lalu Mashun pada 5 Januari 2018)

Adapun pernyataan lain dari yang menguatkan pendapat di atas oleh Kepala Sub Bagian Humas, Ibu Martha Yuli, S. Kom sebagai berikut :

“kemudahan itu kita dapatkan jika ada hubungan yang baik, jadi selama ini kita mendapatkan timbal balik informasi. Jadi humas sebagai corong pemerintah daerah berfungsi untuk menyebarkan informasi dan sebagai sarananya adalah media massa. Jadi kemudahannya kita saling bertukar informasi atau bertukar dokumentasi, dan disetiap kegiatan pemerintah yang sangat padat ada

kemungkinan pihak humas memiliki keterbatasan sehingga tidak dapat meliput secara keseluruhan dan dari situlah pers membantu kita untuk memberikan informasi dan dokumentasi.” (Hasil wawancara dengan Kepala Sub Bagian Humas, ibu Martha Yuli, S. Kom pada 4 Januari 2018)

Tanggapan atas pernyataan di atas juga telah dibenarkan oleh beberapa wartawan atau pers yang melakukan kerja sama dengan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, pernyataan yang diungkapkan oleh salah seorang wartawan bernama Lalu Muhammad Zainuddin dari media Lombok Post mengungkapkan bahwa :

“nah, kalau informasi sih sering ya mereka tetap informasikan melalui email, dan kita juga punya beberapa grup ada misalnya di WA, mereka selalu sharing informasi mengenai kegiatan – kegiatan dan agenda.” (Hasil wawancara dengan wartawan Lombok Post pada 13 Januari 2018)

Pernyataan lain juga disampaikan oleh Nathea, jurnalis harian Lombok Post yang sering melakukan peliputan di Kantor Pemerintah Kota Mataram, yaitu :

“lumayan ya, tapi misalnya kaya gini ada kegiatan mutasi pejabat daerah besar – besaran ya, hanya 50% informasi yang bisa kita terima, soalnya memang agak tertutup sedikit tapi misalnya kita dari pers ini butuh data tentang Perda, atau kegiatan apa atau kebijakan apa misalnya itu mereka transparan. Jadi, sebenarnya humas itu gampang kalo nyari data.” (Hasil wawancara dengan Nathea, wartawan Lombok Post pada 11 Januari 2018)

Berdasarkan beberapa fakta di lapangan dan hasil wawancara dengan Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dan beberapa wartawan

maka dapat disimpulkan bahwa bentuk kerja sama yang dilakukan oleh humas dan pers merupakan bentuk dari hubungan kerja sama yang saling menguntungkan, karena adanya timbal balik sehingga kedua belah pihak dapat saling memenuhi tugas dan fungsinya sesuai dengan tupoksi dari masing – masing instansi. Dalam hal pelaksanaan dan penyebaran kegiatan komunikasi dan informasi kepada publik, pers dan humas bersama – sama menjalankan fungsi sebagai media sumber, pelaksana, pengatur dan penyebaran informasi kepada publik sehingga segala bentuk kegiatan dalam Pemerintahan Kota Mataram dapat diterima oleh publik melalui media. Selain itu, media berguna bagi Bagian Humas dan Pemerintah Kota Mataram bukan hanya pada penyebaran informasi saja, namun keberadaan pers menjadi bahan refleksi bagi pemerintah karena keberadaan media sangat penting untuk pemerintah, dari media dan pers pemerintah dapat mengetahui opini – opini yang berkembang di masyarakat terkait segala program, kebijakan dan kegiatan yang telah dijalankan oleh pemerintah kepada masyarakat.

Pernyataan terkait dengan pemaparan di atas juga diungkapkan oleh salah satu Staf Humas, Rosi Indriana, Sos sebagai berikut :

“Pemerintah harus lebih peka lagi, lebih sensitif lagi terhadap masyarakat. salah satunya gerbang kita untuk lebih dekat itu kan lewat media, jadi sebenarnya memang kita harus berbuat baik dengan media dan masyarakat. apalagi kan kita juga sering lihat di media ada kolom – kolom komentar, atau opini masyarakat mengenai pemerintah nah itu jadi acuan kita untuk meningkatkan/ menguatkan citra Kota Mataram sendiri. Jadi kita tau, letak celah dan kurangnya kita dimana dan tau darimana kita harus mulai menata daerah.”

repository.ub.ac.id

(Hasil wawancara dengan penyiar radio Suara Kota dan Staf Humas Pemerintah Kota Mataram pada 11 Januari 2018)

Berdasarkan pernyataan di atas dapat dilihat bagaimana pentingnya peran pers pada setiap kegiatan pemerintah khususnya bagi Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Melihat bagaimana pers dan humas selalu terkait dalam pembangunan pemerintahan dari segi media komunikasi, informasi dan praktek kehumasan tentunya Bagian Humas dan Protokol perlu menerapkan strategi – strategi yang sekiranya dapat membangun hubungan personal dengan pers dan media secara baik sehingga mendapatkan hasil dari tujuan dilaksanakannya kegiatan *media relations*. Selama melakukan kegiatan penelitian di Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, peneliti dapat melihat proses kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh humas dan pers yang dinilai pada tataran kearah baik. Untuk menjaga hubungan dan menguatkan kualitas hubungan yang dibangun antara pers dan humas perlulah ada pemantapan strategi dalam pelaksanaan *media relations* oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.

Pelaksanaan pembangunan dan pembentukan hubungan secara personal harus dilakukan dengan baik oleh Bagian Humas dan Protokol Kota Mataram. Beberapa cara dilakukan secara natural, sebagaimana pihak humas melakukan interaksi personal dengan kerabatnya seperti menunjukkan sikap yang ramah, membangun suasana yang kekeluargaan sehingga pers menganggap bahwa humas merupakan rumah kedua bagi pers. Pernyataan tersebut diungkapkan juga oleh salah seorang staf humas, Rosi Indriana, S.Sos sebagai berikut :

“humas ini itu udah kaya rumah keduanya wartawan ya. Ruangan humas ini penuh sama wartawan, jadi kalo wartawan itu butuh apa butuh apa langsung cari Pak Kabag, misalnya mau nyari Pak Wali/ Pak Wakil sedang ada acara mereka tidak sempat meliput atau apa lari kesini nyari Pak Kabag mana gitu, atau biasanya ke Mbak Yuli ada acara apa hari ini gitu. Kalo saya liat sih, pers sama humas disini cukup solid ya.” (Hasil wawancara dengan Rosi Indriana, S. Sos, salah seorang penyiar radio Suara Kota dan Staf Humas pada 11 Januari 2018)

Namun ada sedikit sanggahan yang diungkapkan oleh salah seorang wartawan media Lombok Post terkait pernyataan di atas oleh Lalu Muhammad Zainuddin, sebagai berikut:

“kalau kegiatan sehari – hari seperti makan gitu memang jarang, karena teman – teman pers juga mencoba untuk menjaga independensi dengan teman – teman humas dan humas juga tetap punya profesionalisme dalam kerja begitu, sehingga kita juga kalau punya misalnya beberapa kegiatan – kegiatan yang sifatnya bersama yah paling untuk pemberitaan saja, tidak dalam posisi kita keluar makan begitu yang sifatnya dapat mempengaruhi independensi temen – temen media gitu karena memang kita coba untuk hindari itu.” (Hasil wawancara dengan Lalu Muhammad Zainuddin, Wartawan Lombok Post pada 13 Januari 2018)

Berdasarkan pernyataan di atas, pers masih menjaga jarak dengan humas dalam hubungan secara personal dan tetap menjaga profesionalisme-nya sebagai pers sehingga pemberitaan terkait isu – isu tidak dianggap terlalu pro pemerintah. Pers harus bersikap netral dan menjaga etika profesinya sehingga masih menjaga jarak hubungan jika secara

personal. Namun untuk melakukan kegiatan yang tujuannya mengeratkan kualitas hubungan dengan pers keseluruhan dengan pemerintah dan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram banyak kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk mengeratkan hubungan dan meningkatkan kualitas kerja kedua belah pihak.

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam melakukan kegiatan – kegiatan yang berhubungan dengan media dalam tujuan membina hubungan baik dengan media adalah dengan melakukan berbagai kegiatan – kegiatan *Media relations* sebagai berikut :

1. Pelaksanaan kegiatan penyiaran pers (*Press Release*)

Menyebarkan siaran pers atau biasa disebut *Press Release* adalah salah satu kegiatan dalam *Media Relations* yang dilakukan oleh humas sebagai salah satu bagian praktek kerja kehumasan dalam bidang media. *Press release* merupakan cara bagi humas untuk menyiarkan atau menyebarluaskan pemberitaan terkait dengan Pemerintah Kota Mataram yang dapat dikirimkan ke berbagai media tanpa harus mengeluarkan biaya, dengan cara inilah Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dengan intens melakukan penyebaran berita, *Press release* dianggap sebagai salah satu cara untuk mempublikasikan pemberitaan dengan cara yang paling baik, cepat dan hemat biaya.

Humas Pemerintah Kota Mataram selalu membuat *press release* di setiap akan melakukan kegiatan, agenda ataupun ada pemberitaan terbaru terkait program, kebijakan dan aturan atau regulasi daerah. Kegiatan *press release*-lah yang paling sering dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Pelaksanaan kegiatan *press release* biasanya dilakukan oleh salah seorang staf humas yang telah ditunjuk dan dibawahhi oleh Sub Bagian Publikasi dan Dokumentasi, lalu *press release* yang telah dibuat dikirimkan melalui *e – mail* kepada masing – masing media yang memiliki akses langsung

dengan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, selain itu *press release* juga disebarkan dalam grup *WhatsApp* atau sosial media yang lain yang anggotanya tergabung dalam Forum Wartawan Kota dan bekerja sama dengan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Adapun pernyataan yang diungkapkan oleh salah seorang penyiar radio Suara Kota yang kesehariannya juga merangkap sebagai Staf Humas, Rosi Inriana, S. Sos sebagai berikut :

“saya sebagai penyiar radio di Suara Kota dan diperbantukan di humas, karena radio kan masih anaknya humas. Kalo dulu di radio ada berita update hari itu misalnya Pak Wali atau Pak Wakil apa agendanya hari itu, nah berita kita ambil dari sini dari humas. Kan disini ada ini, ada rilisnya jadi misalnya berita jam 1 atau 2, berita kita ambil dari sini terus diolah di radio. Tapi sempat vakum waktu itu karena radio Off Air kan. biasanya juga tiap hari ambil berita di e- mail humas juga, dan ditayangkan di radio. sama juga sama pers lain mereka juga ngecek di e- mail humas ada berita apa aja, kejadian apa aja yang ada di Kota, nanti mereka yang pilih berita apa yang mau dinaikin di koran/ media.”
(Hasil wawancara dengan Staf Humas, Rosi Indriana, S. Sos pada 11 Januari 2018)

Pernyataan di atas juga dibenarkan oleh Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram yang mengungkapkan bahwa *press release* merupakan kegiatan *media relations* yang paling sering dilakukan.

2. Coffee Morning

Coffee Morning adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dengan pers dengan tujuan untuk mengumpulkan pers dalam rangka penyampaian informasi dan komunikasi menyeluruh kepada pers terkait dengan penyebarluasan informasi kebijakan pemerintah daerah, dan program – program daerah yang melibatkan seluruh aspek masyarakat daerah. Tujuan pelaksanaan *coffee morning* biasanya adalah menyampaikan informasi kepada pers dengan harapan segala informasi yang dikeluarkan oleh pemerintah dapat disebarluaskan oleh media sehingga mendapat perhatian publik dan dapat menunjang keberhasilan pemerintah dengan sasaran yang tepat. Adapun Kepala Sub Bagian Humas, Ibu Martha Yuli, S. Kom juga menjelaskan bahwa kegiatan *coffee morning* juga kadang – kadang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram.



Gambar 4.8

Kegiatan *Coffee Morning*

Sumber : Dokumentasi Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram

3. Peliputan Kegiatan dan Agenda

Peliputan kegiatan dan agenda Pemerintahan serta Kepala Daerah, baik Walikota, Wakil Walikota dan Sekretaris Daerah merupakan salah satu kegiatan inti dalam pelaksanaan tugas Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Kegiatan peliputan dilakukan baik oleh Staf Peliputan pada humas Pemerintah Kota Mataram dan ada pula dari pers. Kebersamaan antara pihak humas dan pers dalam pelaksanaan peliputan kegiatan juga menjadi salah satu cara yang dinilai efektif dalam membina hubungan yang baik secara personal dikarenakan adanya persamaan dalam pelaksanaan tugas dan intensitas bertemu dalam setiap kegiatan yang cukup sering juga dapat membantu dalam membangun hubungan yang baik.



Gambar 4.9

Liputan Kegiatan Kepala Daerah

Sumber : Dokumentasi Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram

4. *Press Gathering*

Press gathering merupakan kegiatan pertemuan yang diadakan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dengan pers dengan tujuan untuk membina hubungan yang baik sehingga dapat terjalin hubungan kerja yang berkualitas. Kegiatan pertemuan dengan pers dijadikan sebagai ajang untuk lebih mengenal satu sama lain baik humas dengan pers.

Kegiatan *press gathering* bukan menjadi agenda yang rutin dilakukan seperti *press release*, namun dirasa cukup sering dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram karena dalam pelaksanaannya memerlukan dana yang cukup besar untuk menampung seluruh media dan pejabat serta Aparatur Sipil Negara (ASN) pada Bagian Humas dan Protokol. Menurut penuturan dari Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, Drs. Lalu Mashun mengungkapkan bahwa kegiatan *Press Gathering* juga dimanfaatkan sebagai tempat untuk melakukan rapat koordinasi antara humas dan pers, humas menjadikan momen ini sebagai tempat untuk saling mengevaluasi kinerja humas dan pers terkait dengan program kegiatan yang dilakukan, selain itu juga tujuan utamanya adalah untuk mempererat hubungan di antara

kedua belah pihak. Adapun pernyataan dari Kepala Bagian Humas dan Protokol, Drs. Lalu Mashun terkait dengan kegiatan tersebut, sebagai berikut :

“Alhamdulillah Press Gathering sudah sering kita lakukan, selain itu juga kita lakukan rapat koordinasi sebagai bahan evaluasi kita, ya kita kumpul dan itu kita rutin lakukan secara berkala karena ada kaitannya dengan program kegiatan yang akan kita lakukan.” (Data Hasil wawancara dengan Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, Drs. Lalu Mashun pada 5 Januari 2018)



Gambar 4.10

Kegiatan *Welcome Dinner*

Sumber : Dokumentasi Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram

5. *Special Events*

Pada pelaksanaan kegiatan *media relations*, Pemerintah Kota Mataram juga sering melakukan kegiatan *special events* untuk tujuan tertentu, misalnya saja untuk memberikan hiburan kepada masyarakat luas khususnya Kota Mataram dan mengundang wisatawan asing maupun lokal. *Special events* merupakan salah satu kegiatan humas yang melibatkan banyak pihak, khususnya pers biasanya sangat diperlukan dalam kegiatan ini dikarenakan jangkauannya yang *massive* (luas), selain untuk mengajak masyarakat merasakan kepuasan dan hiburan – hiburan, *special events* juga ditujukan untuk menggandeng media dan melibatkan media dalam kegiatan Pemerintah Kota Mataram, kegiatan ini juga dapat menumbuhkan hubungan yang semakin erat antara media dan pers.



Gambar 4.11

Kegiatan *Special Event Festival* Mentaram

Sumber : Dokumentasi Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram

6. Wawancara Pers

Wawancara pers merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dan para pejabat serta Kepala Daerah jika ada permintaan dari media atau per untuk melakukan kegiatan wawancara terkait dengan sebuah isu yang berkembang di Kota Mataram. Wawancara pers biasanya dilakukan dengan istilah *on the spot* (dimana saja), sesuai dengan keadaan saat dilakukan wawancara. Dan adanya waktu yang disediakan oleh narasumber untuk dilakukan wawancara pers. Ketersediaan narasumber seperti Kepala Daerah dan para Staf Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram merupakan bentuk kerja sama yang ditunjukkan oleh humas dan Pemerintah Kota Mataram dalam memberikan kemudahan informasi bagi pers dan masyarakat, hal ini juga sebagai bukti bahwa Kota Mataram sangat peduli dengan keterbukaan informasi publik.



Gambar 4.12

Kegiatan wawancara pers

Sumber : Dokumentasi Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram

7. *Press Trip*

Pemerintah Daerah Kota Mataram bersama dengan humas dan pers melakukan kegiatan kunjungan kerja, study banding ke suatu daerah yang sudah ditentukan. Kegiatan *press trip* biasanya dilakukan untuk belajar mengenai kegiatan kehumasan, *media relations*, dan pers dari berbagai daerah yang dikunjungi. Selain itu, kegiatan ini dijadikan sebagai momen kedekatan dengan pers sehingga humas dan pers bisa lebih

dekat dan mengenal. Kegiatan *press trip* juga merupakan *reward* (penghargaan) dari Pemerintah Daerah Kota Mataram dan Kepala Daerah karena pers telah membantu setiap kegiatan pemerintah dalam hal peliputan dan penyebaran informasi ke masyarakat. Kepala Sub Bagian Humas, Ibu Martha Yuli, S. Kom memberikan pernyataan terkait dengan kegiatan *press trip*, sebagai berikut :

“kita juga sering melakukan jumpa pers, Press Trip juga sering kita lakukan, biasanya setahun sekali – dua kali, kita lakukan juga kunjungan kerja ke daerah lain bersama teman – teman dari pers untuk sama – sama belajar bagaimana humas dan pers yang baik tentunya untuk perbaikan humas dan pers disini.” (Data hasil wawancara dengan Kepala Sub Bagian Humas, Ibu Martha Yuli, S. Kom pada 4 Januari 2018)

Selain pernyataan di atas, adapun pihak pers harian Lombok Post membenarkan terkait kegiatan yang dilakukan oleh humas dan pers ini yang disebut *press trip* ini, sebagai berikut :

“kalo disini kadang kita ada pemberitaan yang satu tempat antara humas sama pers kita sama – sama saling ngobrol gitu kan membangun, kadang juga setahun sekali atau dua kali sering pergi press trip. Jadi, disana kita jalan – jalan bareng sambil kunjungan kerja.” (Data hasil wawancara dengan Nathea, wartawan harian Lombok Post pada 11 Januari 2018)

8. Press Briefing

Press briefing merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram untuk memberikan informasi – informasi terkait dengan kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Mataram dengan pers. Kegiatan ini biasanya dilakukan ketika Pemerintah Kota Mataram akan melakukan kegiatan yang membutuhkan kerja sama pers dalam keberlangsungan kegiatan tersebut.



Gambar 4.13

Kegiatan *Press Briefing*

Sumber : Dokumentasi Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram

9. *Conference Pers* (Konferensi Pers)

Konferensi pers merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram yang dilakukan jika adanya pemberitaan

miring atau isu – isu yang berkembang mengenai Pemerintah Kota Mataram, selain itu konferensi pers juga biasanya dilakukan jika ada kegiatan mengenai pembangunan dan program yang direncanakan oleh Pemerintah Kota Mataram.



Gambar 4.14

Konferensi Pers

Sumber : Dokumentasi Bagian Humas Pemerintah Kota Mataram.

4.3.2 Strategi *Media Relations* Bagian Humas

Media Relations dalam sebuah kegiatan pemerintahan sudah selayaknya dilakukan berkaitan dengan pelaksanaan program kerja dan tupoksi Bagian Humas sebuah Pemerintahan. Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram melakukan kegiatan

Media Relations adalah sebagai wujud pelaksanaan program kerja. Program kerja Bagian Humas sudah ditetapkan berdasarkan Peraturan Walikota Mataram Nomor 17 Tahun 2017 yang mengatur tentang Organisasi dalam Pemerintah Kota Mataram.

Mengenai pelaksanaan tugas dan fungsinya, Bagian Humas memiliki tugas untuk membangun hubungan media (*media relations*), dalam menjalankan tugasnya tersebut Bagian Humas memiliki strategi dalam membangun dan menjaga hubungan dengan media. Adapun pernyataan dari Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, Drs. Lalu Mashun memberikan pernyataan sebagai berikut:

“kita mencoba untuk mengenali pers, pertama kita membangun komunikasi dengan Pimred (pimpinan redaksi), kemudian siapakah yang ditugaskan oleh Pimred untuk meliput situasi di Kota Mataram khususnya,. Selanjutnya, tugas mana yang mereka lakukan disini kita saling isi mengisi terkait dengan tugas dia selaku peliput/ pers yaitu tugas kami selaku humas memberikan informasi terkait yang dibutuhkan.” (Hasil wawancara dengan Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, Bapak Drs. Lalu Mashun pada 5 Januari 2018)

Hal yang sama disampaikan juga oleh Ibu Martha Yuli, S. Kom, selaku Kepala Sub Bagian Humas :

“kita membentuk hubungan seakan – akan humas adalah rumah kedua dari pers, kita juga melakukan pendekatan pribadi seperti bicara dari hati ke hati begitu, dan tentunya kita harus terbuka sama pers jadi kita membangun kepercayaan antara humas dan pers. Kalau bisa kita jangan jadi anti pers. Selain

itu, kita juga ada grup sendiri untuk sekedar sharing dari pihak humas dan pers.”

(Hasil wawancara dengan Kepala Sub Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram, Ibu Martha Yuli, S. Kom pada 4 Januari 2018)

Adapun pernyataan yang diberikan oleh Staff Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram, diantaranya adalah :

“sebenarnya kalo membangun hubungan sih, humas ini itu udah kaya rumah keduanya wartawan ya. Ruangan humas ini penuh sama wartawan, jadi kalo wartawan itu butuh apa butuh apa langsung cari Pak Kabag, misalnya mau nyari Pak Wali/ Pak Wakil sedang ada acara mereka tidak sempat meliput atau apa lari kesini nyari Pak Kabag mana gitu, atau biasanya ke Mbak Yuli ada acara apa hari ini gitu. Kalo saya liat sih, pers sama humas disini cukup solid ya, apalagi misalnya akhir taun kita biasanya sama wartawan, sama Pak Wali dan Pak Wakil juga sama temen – temen humas itu dianggaplah sebagai reward mereka karena wartawan ini juga kan jadi bagian yang istilahnya mengangkat Kota Mataram ya di hadapan orang di media massa. Pokoknya kita di akhir taun pasti ngadain press tour gitu, atau sekedar jalan –jalan. Pokoknya kalo gita lihat, kadang bisa dibilang kita sampe bosan liat wartawan – wartawan saking banyaknya tiap hari, ya mereka sudah anggap rumah sendiri gitu.” (Hasil wawancara dengan Staff Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram, Rosi Indriani, S. Sos pada 11 Januari 2018).

Adapun pernyataan terakhir dari salah satu staff humas yaitu Ni Made Sri Widiasti, A. Md, sebagai berikut :

“kalo di humas Kota Mataram sendiri, kita selalu ada semacam perkumpulan ya. Mereka ada perkumpulan Forum Wartawan Kota itu, jadi mereka secara intens komunikasi dengan kita dan kadang kita berkumpul sama mereka, yah sekedar ngopi – ngopi bareng, coffee break sambil kita bicarakan. Ini loh, ada program baru. Kita juga ada jumpa pers untuk isu – isu yang urgent ya, kita jumpa pers jadi mereka bisa langsung ketemu sama dinas – dinas terkait apa yang mau ditanyakan mengenai isu – isu itu, terus kita tahunan juga ada press trip gitu kita ajak wartawan jalan – jalan kemana gitu selain untuk study banding kita juga memanfaatkan untuk menguatkan hubungan kerja sama antara humas dan pers itu sendiri.” (Hasil wawancara dengan salah seorang Staff Humas, Ni Made Sri Widiasti, A. Md pada 15 Januaari 2018)

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram menggandeng pers dengan cara mendekatkan diri secara personal dengan membuat keadaan seakan – akan humas merupakan rumah kedua bagi pers, membangun kepercayaan antara kedua belah pihak baik humas dan pers. Ada rasa kekerabatan yang dibangun oleh Bagian Humas dan pihak pers sendiri, selain itu untuk mengapresiasi kinerja pers pemerintah dan humas sering melakukan kegiatan sebagai *reward* (penghargaan) kepada pihak pers dengan berbagai kegiatan di akhir tahun.

Praktek kerja *media relations* pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram sudah diatur dalam peraturan pelaksanaan tugas pokok dan fungsi yang disahkan oleh Kepala Daerah. Adapun dalam pelaksanaan kegiatan yang berkaitan dengan media massa baik milik pemerintah dan swasta memiliki bagian khusus yang

menanganinya. Sub Bagian Humas dibantu dengan Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi merupakan bagian yang memiliki kehendak penuh dalam pelaksanaan kegiatan kehumasan termasuk kegiatan *media relations*. Kegiatan membangun hubungan dengan media dilakukan untuk tujuan bersama antara pihak humas dan pers. Adapun beberapa kegiatan yang dilakukan sebagai bentuk strategi membangun hubungan yang baik dengan pihak pers, diantaranya :

- a. Pendekatan Personal sebagai Strategi *Media Relations*
- b. Menjadikan Pers sebagai Mitra Kerja yang Sejajar
- c. Menerapkan Prinsip *Mutual Benefit*
- d. Keterbukaan Informasi sebagai Strategi *Media Relations*
- e. Pengembangan Kompetensi di Bidang *Media Relations*

Adapun dalam praktek pelaksanaannya adalah sebagai berikut :

a. Pendekatan Personal sebagai Strategi *Media Relations*

Membangun hubungan personal dengan media merupakan salah satu tujuan dari Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram untuk mencapai tujuannya sehingga dapat memiliki kedekatan secara emosional yang dapat mempermudah segala kegiatan yang berkaitan dengan kepentingan humas dan Pemerintah Kota Mataram kepada pers/ media. Hal yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram untuk membangun hubungan personal dengan media adalah dengan melakukan pendekatan pribadi, membangun kepercayaan tidak hanya kepada instansi pemerintah dan Bagian Humas dan Protokol saja, namun dengan pribadi sendiri juga harus membangun kepercayaan terhadap pers. Selain itu, membantu setiap tugas wartawan terkait pencarian informasi, hal ini juga memberikan pandangan yang baik dari wartawan kepada humas. Adapun kegiatan yang memang sengaja dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram adalah dengan

melakukan beberapa kegiatan yang dapat mengeratkan hubungan dan membentuk kualitas hubungan yang baik antara humas dan wartawan seperti melakukan kegiatan *coffee break*, ataupun melaksanakan kegiatan bersama dengan wartawan seperti *outbound*, dan perjalanan dinas.

Adapun istilah memanusiakan wartawan, adalah prinsip yang dipegang oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Selain itu, Nurudin (2008, h. 126) menjelaskan bahwa dalam menjalankan kegiatan *media relations*, seorang humas haruslah menempatkan pers di atas segalanya dalam kepentingan media dan secara psikologis hal tersebut memberikan perasaan yang menyenangkan bagi pers. Berdasarkan hubungan manusia yang dianut, humas tidak dapat berdiri sendiri dalam melaksanakan tugas – tugas kehumasan, memperlakukan media sebagai mitra, teman dan keluarga Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram merupakan strategi *media relations* yang dilakukan untuk membangun hubungan personal yang baik.

Selain itu, mengenal media secara personal juga dianggap salah satu cara untuk membentuk hubungan media yang baik. Hal ini dijelaskan oleh Briley, Pat & Teel (2000, h. 32 – 33) dalam jurnal yang berjudul “*Media relations: The Need for Good Relationship with Media*” yang menyatakan bahwa :

“Get to know the reporters and journalists in your media market. Invite them in, one by one, at least for brief get-acquainted sessions. Stress to them that your agency has a strong desire for an honest, working relationship with their companies. Also stress your commitment to the public's right to know.”

Kutipan di atas dimaksudkan bahwa seorang praktisi humas diharuskan untuk mengenali siapa pers, wartawan ataupun media yang ada di lingkungan medianya. Selain itu, humas diharapkan untuk mengundang atau mengajak para pelaku media untuk lebih dikenalkan lagi secara personal sehingga humas dapat menekankan seberapa besar keinginannya untuk

melakukan sebuah bentuk kerjasama yang mengandalkan saling adanya kejujuran antara humas dan pers. Hal ini, tentunya dapat tercapai ketika hubungan yang dibangun oleh humas dan pers sudah pada tahap saling mempercayai keberadaan masing – masing pelaku kegiatan *media relations* antara humas dan pers.

Hubungan personal adalah salah satu strategi *media relations* yang dianggap paling mudah dan paling efisien untuk dilakukan oleh staf Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana mereka melayani, berhadapan, berkomunikasi dan membangun hubungan diluar kepentingan bisnis semata sehingga dapat membangun hubungan secara emosional bahkan diluar konteks pekerjaan. Hal ini merupakan prinsip yang dianut oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram untuk melancarkan kegiatan *media relations*.

Hal – hal yang dilakukan oleh Bagian Humas di atas, tentunya dilakukan untuk memenuhi tugas dan fungsi humas dalam menjalin hubungan dengan media sehingga terciptanya hubungan yang harmonis dan diharapkan dapat membentuk citra Kota Mataram yang “Maju, Religius dan Berbudaya”.

b. Menjadikan Pers sebagai Mitra Kerja yang Sejajar

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram mengelola relasi dengan pers berdasarkan pola hubungan yang dibangun dimulai dari mitra kerja dengan media, pimpinan redaksi, koordinator liputan, reporter dan para pekerja pers baik yang berada di lapangan maupun tidak.

Adapun pernyataan dari Ibu Martha Yuli, S. Kom selaku Kepala Sub Bagian Humas memberikan pendapat, yaitu :

“Pola hubungan yang dibina dengan pers sebenarnya melalui beberapa kegiatan. Jadi pola yang kita anut itu pola keterbukaan, menjalin hubungan yang positif dan media menjadi partner pemerintah dalam kegiatan penyebaran informasi. Jadi media bukan lawan pemerintah, tetapi mitra pemerintah.” (Data hasil wawancara dengan Kepala Sub Bagian Humas, Ibu Yuli Martha, S. Kom pada 4 Januari 2018)

Adapun pernyataan lain dari staf humas, yaitu :

“kalo humas dengan pers itu, sebenarnya kita itu mitra ya. Jadi, tidak ada yang lebih superior dari satu ke yang lain karena kita itu mitra. Jadi mereka butuh kita, kita juga butuh mereka. Kalo menyebarkan berita kan biasa kita lewat press release ya, jadi ada hal – hal yang mungkin di lapangan wartawan itu tidak dapat tapi kita berikan, seperti data – data. Mungkin mereka nggak sempet nyatet angka yang sekian – sekian tapi kita sediakan dari humas data – data dengan data yang akurat. Kita juga butuh pers untuk membangun image kita, jadi apa yang ingin kita sampaikan kepada masyarakat kita butuh itu dikeluarkan oleh pers. Jadi, kita itu mitra yang sejajarlah.” (Data hasil wawancara dengan Staf Humas, Ni Made Sri Widiast, A. Md pada 15 Januari 2018)

Pada pelaksanaanya, Bagian Humas dan Protokol menganggap pers adalah sebagai mitra yang sejajar, sehingga tidak ada anggapan bahwa pers dikuasi pemerintah juga sebaliknya karena pada hakikatnya pihak humas ingin membangun hubungan dan komunikasi yang positif dengan pers sehingga pers menjadi mitra yang baik dalam pelaksanaan penyebaran informasi dan komunikasi bagi masyarakat.

c. Menerapkan Prinsip Mutual Benefit

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram memberikan materi kepada wartawan dan media berupa *press release*, informasi – informasi dan dokumentasi terkait kegiatan yang telah dilakukan, seringkali juga pihak humas dan wartawan bertukar informasi untuk memberikan informasi yang lebih baik dan lengkap. *Press release* adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh humas suatu organisasi yang disampaikan kepada pers/ media untuk dipublikasikan dalam media tersebut (Ardianto, Soemirat, 2010, h.54). *Press release* yang dikirimkan oleh humas biasanya berisi informasi – informasi terkait segala kegiatan yang dilakukan oleh Kepala Daerah dan Pemerintah Kota Mataram.

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram melakukan kegiatan ini untuk sebagai bentuk pelaksanaan tugas kehumasan di instansi pemerintahan Kota Mataram yaitu melakukan kegiatan publikasi dan dokumentasi kegiatan – kegiatan Kepala Daerah dan Pemerintah Kota Mataram.

Selain itu, Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram memiliki bagian khusus yang melayani media dalam hal pemenuhan informasi, melalui Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi yang membantu dalam setiap kegiatan yang berurusan dengan media, khususnya mengenai kegiatan publisitas, penyebaran informasi dan pemberitaan di media terkait Pemerintah Kota Mataram. Materi yang disiapkan oleh Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi adalah untuk kepentingan publisitas di media, baik di media yang dikelola pemerintah maupun media swasta yang bekerja sama dengan Pemerintah Kota Mataram. Biasanya kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Mataram dan Kepala Daerah diliput oleh tim khusus yang berada di bawah Sub Bagian

Dokumentasi dan Publikasi, lalu pesan dibuat dan disebarkan kepada media – media untuk tujuan publikasi.

Kegiatan ini juga dapat membantu dapat membangun hubungan yang baik dengan pers, karena dengan intensitas waktu kegiatan yang dilakukan bersama – sama diharapkan dapat membantu dalam proses pengenalan dan pembentukan hubungan yang lebih baik serta kegiatan ini juga memiliki keuntungan bagi kedua belah pihak, bagi pihak pers mendapatkan materi informasi untuk pemberitaan serta memberikan kemudahan bagi humas untuk kegiatan penyebaran informasi dan komunikasi bagi masyarakat.

Terkait dengan penyebaran informasi bagi publik, Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram memberikan kesediaan bagi wartawan dan media melakukan verifikasi/ kroscek atau pengecekan mengenai informasi yang diterima oleh wartawan. Untuk menghindari beredarnya pemberitaan yang tidak sesuai konteks, perbedaan pemikiran (opini), atau kesalahan dalam penulisan ketika sudah dipublikasikan maka humas memberikan kesempatan untuk melakukan verifikasi setiap pemberitaan yang diberikan kepada wartawan.

Setiap staf humas dan Kepala Bagian Humas dan Protokol diperbolehkan untuk melakukan verifikasi terkait dengan materi yang diajukan oleh wartawan. Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram sangat terbuka dan cepat dalam menanggapi setiap pemberitaan yang beredar mengenai Pemerintah Kota Mataram dan Kepala Daerah, bahkan humas tidak segan untuk menyediakan ruang bagi media dan pers

untuk mendapatkan informasi – informasi yang dibutuhkan, atau menyediakan forum untuk membahas suatu isu yang berkembang di Kota Mataram.

d. Keterbukaan Informasi sebagai Strategi Media Relations

Media relations adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesab atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan (Darmastuti, 2012, h. 42). Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan *media relations* sangat penting bagi organisasi termasuk instansi pemerintahan untuk membangun kesepahaman antara pemerintah dan masyarakat, salah satu upaya yang sangat mudah untuk menjangkau masyarakat yaitu melalui media massa. Mengingat pentingnya keberadaan media bagi pemerintah, membangun hubungan dengan media merupakan suatu keharusan. Dalam menjalin *media relations*, pemerintah tidak hanya melakukan upaya pendekatan dengan wartawan atau pers saja namun setiap elemen dalam media itu sendiri misalnya Pimpinan Redaksi, dan orang – orang yang terkait dalam kegiatan peliputan yang akan bekerja sama dengan pemerintah. Hal ini juga diungkapkan oleh Kepala Bagian Humas Sekretariat Kota Mataram :

“ *Humas selaku corong pemerintah daerah Kota Mataram dan pers selaku penyambung lidah membangun komunikasi yang positif, jadi antara pers dan humas dan saya selaku Kabag-nya kita coba membangun komunikasi dengan apa yang mereka butuhkan seperti informasi, ya kita berikan informasi yang mereka butuhkan. Jadi sejauh ini hubungan kita berjalan dengan baik, kemudian hal yang menyangkut tugas kami yang bisa kita informasikan tidak serta merta kita memberikan informasi secara vulgar namun tetap ada batasan dari humas untuk pers.*”

Adapun pernyataan lain dari Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram yang menyatakan bahwa Bagian Humas dan Protokol selalu mencoba untuk mengenali pers, salah satu caranya adalah dengan membangun komunikasi melalui Pimpinan Redaksi, serta pers yang berkaitan langsung pada proses peliputan di Kota Mataram. Kepala Bagian Humas dan Protokol menganggap hubungan yang mereka bangun haruslah saling mengisi sehingga tercipta hubungan yang harmonis terkait pemberian informasi yang dibutuhkan oleh pers. (Data hasil wawancara dengan Kepala Bagian Humas dan Protokol, Drs. Lalu Mashun pada 5 Januari 2018)

Dalam menjalin hubungan dengan pers, Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram melakukannya dengan cukup sering dan bisa dikatakan dekat. Beberapa media yang digunakan oleh pihak humas dengan pers adalah melalui hubungan personal, *e - mail* dan melalui media sosial jejaring *WhatsApp*. Pada pelaksanaan penyebaran informasi dan komunikasi Bagian Humas dan Protokol melalui Sub Bagian Publikasi dan Dokumentasi sudah mendata para pekerja pers yang berasal dari media massa baik media konvensional seperti radio, koran, majalah dan televisi serta media massa yang berasal dari portal *media online*. Kemudahan yang didapatkan oleh Bagian Humas dan Protokol adalah memudahkan dalam penyebaran informasi terkait dengan kegiatan – kegiatan Pemerintah Kota Mataram dan Kepala Daerah sehingga jika ada kegiatan – kegiatan atau agenda yang bersifat mendadak dapat segera diberitahukan kepada pers melalui sms, telepon, *e- mail* dan melalui grup *WhatsApp* yang anggotanya berasal dari berbagai media yang ada di Mataram dan Provinsi Nusa Tenggara Barat yang memuat pemberitaan mengenai Kota Mataram. Adapun menurut salah satu wartawan Lombok Post, yaitu :

“nah, kalau informasi sih sering ya mereka tetap informasikan melalui email, dan kita juga punya beberapa grup ada misalnya di WA, mereka selalu sharing informasi mengenai kegiatan – kegiatan dan agenda.” (Data hasil wawancara dengan Lalu Muhammad Zainuddin, Wartawan Lombok Post pada 13 Januari 2018)

Berdasarkan pernyataan di atas, Wartawan Lombok Post memperkuat pernyataan dari Bagian Humas dan Protokol terkait penggunaan *e-mail* dan media sosial seperti salah satunya adalah *WhatsApp* untuk penyebaran informasi terkait kegiatan – kegiatan Pemerintah Kota Mataram dan Kepala Daerah. Dalam menjalin hubungan dengan pers, yang melakukan atau menjalankan hubungan bukan hanya Sub Bagian Dokumentasi dan Publikasi saja, namun semua pihak yang berada di bawah Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram juga menegaskan bahwa perlunya membangun hubungan yang positif dengan pers sebagai wujud kerja sama untuk membangun Kota Mataram menjadi lebih baik, tentunya dari bidang kehumasan dan informasi.

Hubungan yang ingin dibangun oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram adalah membangun hubungan yang positif dengan prinsip keterbukaan, saling percaya, dan kekeluargaan. Humas Kota Mataram berusaha menjadikan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram sebagai rumah kedua bagi pers. Keberadaan pers sangat diperhitungkan bagi Humas Kota Mataram, keterlibatan pers pada setiap kegiatan pemerintah juga tidak lepas dari bagaimana hubungan komunikasi yang dibangun dengan menjadikan pers sebagai mitra Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam membantu

penyuksesan kegiatan peliputan dan penyebaran informasi untuk kepentingan Pemerintah Kota Mataram dan masyarakat Kota Mataram.

e. Pengembangan Kompetensi di Bidang Media Relations

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Matara terus mengembangkan strateginya untuk membangun hubungan dengan media. Salah satu cara yang paling sering dilakukan adalah melakukan *study banding* dan kunjungan kerja ke beberapa daerah di Indonesia yang telah ditetapkan untuk saling belajar dan mengetahui bagaimana cara kerja humas dan pers dari beberapa daerah di Indonesia. Selain itu, Humas dan pers juga pernah melakukan pengembangan praktek jurnalis dan kehumasan dengan membantu pers dalam pelaksanaan pelatihan kepada pelajar SMA/ SMK/ MA se- Kota Mataram. Adapun Kepala Sub Bagian Humas Sekretariat Daerah kota Mataram pernah mengungkapkan keinginannya untuk diadakannya pelatihan – pelatihan yang berkaitan dengan praktik kehumasan seperti pelatihan fotografi, videografi, jurnalistik dan desain yang dilakukan secara rutin sehingga dapat membantu para pegawai Humas untuk memaksimalkan kerjanya sehingga dapat meningkatkan kualitas dan Sumber Daya Manusia di Bagian Humas itu sendiri, namun dana menjadi kendala untuk dilakukannya kegiatan tersebut. Ibu Yuli, selaku Kepala Sub Bagian Humas juga menyampaikan bahwa kegiatan semacam pelatihan tersebut pernah dilakukan namun dalam kurun waktu yang cukup lama sudah jarang dilakukan kegiatan yang benar – benar dikhususkan untuk kegiatan peningkatan mutu dan kualitas pegawai humas seperti itu. Adapun pernyataan dari salah seorang staf

humas yang pernah melakukan kegiatan yang berkaitan dengan peningkatan mutu kerja Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram sebagai berikut :

“kita tahunan juga ada press trip gitu kita ajak wartawan jalan – jalan kemana gitu selain untuk study banding kita juga memanfaatkan untuk menguatkan hubungan kerja sama antara humas dan pers itu sendiri.” (Data hasil wawancara dengan staf humas, Ni Made Sri Widiasti, A. Md pada 15 Januari 2018)

Sebagai penguat hasil wawancara, adapun pernyataan yang sama diungkapkan oleh salah seorang wartawan dari Lombok Post :

“kalo disini kadang kita ada pemberitaan yang satu tempat antara humas sama pers kita sama – sama saling ngobrol gitu kan membangun, kadang juga setahun sekali atau dua kali sering pergi press trip. Jadi, disana kita jalan – jalan bareng sambil kunjungan kerja.” (Data hasil wawancara dengan Nathea, salah seorang wartawan Lombok Post pada 11 Januari 2018)

4.3.3 Kerjasama media yang digunakan oleh Bagian Humas

Bagian Humas dan Protokol Kota Mataram melakukan kerja sama dengan berbagai media yang ada di Nusa Tenggara Barat dan khususnya Kota Mataram. Media yang melakukan kerja sama dengan Bagian Humas dan Pemerintah Kota Mataram adalah media cetak, radio, televisi, dan portal berita *online*. Media cetak yang melakukan kerja sama dengan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram diantaranya; Lombok Post, Radar Mandalika, Suara NTB, Radar Lombok, Gaung NTB, Media Pembaruan, dan beberapa media cetak lainnya. Selain itu, untuk media radio kepemilikan pemerintah dan swasta, adapun media pemerintah yang bekerja sama dengan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram adalah Suara Kota FM, RRI Mataram, dan Pro Dua FM. Sedangkan, untuk radio swasta sendiri diantaranya adalah; Global FM Lombok, CNL Radio, Radio Fresh FM, Radio Riper FM, Gemini FM, Radio

Sutra FM dan beberapa radio swasta yang ada di Kota Mataram lainnya. Kerja sama Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dengan media televisi diantaranya adalah; TVRI NTB, Lombok TV, Trans 7 Mataram, Trans TV Mataram, Metro TV NTB, TV 9, dan beberapa channel TV nasional yang terhubung dengan Pemerintah Kota Mataram. Sementara itu, untuk kerja sama portal berita *online* adalah sebagai berikut; portalntb.com, lomboktoday.com, lombokpos.com, lomboknews.com, lombokkita.com, dan beberapa portal berita *online* lainnya. Adapun pernyataan mengenai pers yang ada dan bekerja sama di Kota Mataram dijelaskan oleh Ibu Martha Yuli, S. Kom selaku Kepala Sub Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Mataram sebagai berikut:

“ Jadi untuk di Kota Mataram teman – teman pers jumlahnya ada 16 media, diantaranya ada media cetak, online, tv, dan radio cukup berperan aktif. Dari pihak humas sendiri memiliki koordinator yang mengatur media, kami membuat grup Whatsapp dan Line dan setiap harinya ada koordinator yang menginformasikan terkait kegiatan – kegiatan pemerintah.” (Data hasil wawancara dengan Kepala Sub Bagian Humas, Ibu Martha Yuli, S. Kom pada 4 Januari 2018)

Kegiatan kerja sama media dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram bertujuan untuk meliput, memberitakan dan menyebarluaskan segala bentuk program dan kegiatan pemerintah Kota Mataram. Peran pers pada setiap kegiatan pemerintah sangatlah penting karena kebutuhan pemerintah akan publikasi sangatlah besar, hal ini dikarenakan kebutuhan pemerintah agar segala programnya berjalan dengan baik adalah memerlukan partisipasi dari masyarakat, karena kesuksesan program pemerintah tergantung dari bagaimana program tersebut diaplikasikan di kehidupan masyarakat. Kebutuhan pemerintah akan pers di jelaskan oleh salah seorang staf humas, Ni Made Sri Widiasti, A. Md sebagai berikut :

“kita nggak bisa kalau nggak ada wartawan gitu, kita nggak bisa kalo nggak ada pemberitaan. Jadi percuma semua yang kita lakuin ini kalo tidak diberitakan itu percuma karena masyarakat nggak tau. Jadi, misalnya Kota Mataram ini kan kecil yak an, Cuma 61,3 km² ya dari ujung ke ujung, katakanlah dari Ampenan sampe Sandubaya belum tentu orang Ampenan itu tau apa yang terjadi di Sandubaya begitu juga sebaliknya. Jadi, dengan adanya wartawan dengan adanya berita kita tau “oh, di Ampenan ada program ini.” Kenapa kita tidak coba di Sandubaya misalnya atau di Selaparang seperti dulu ada program lisan, itu terjadi di Selaparang ternyata itu bagus, jadi ayo kita terapkan di kecamatan – kecamatan yang lain. Seperti itu, jadi kalau tidak ada wartawan kan kita tidak tau. Sangat – sangat berdampak ya kehadiran wartawan, kehadiran wartawan itu sangat baik dalam penyelenggaraan program – program pemerintahan supaya ditau oleh masyarakat dan masyarakat juga bisa berpartisipasi menyukseskan program pemerintah.” (Data hasil wawancara dengan staf humas, Ni Made Sri Widiasti, A. Md pada 15 Januari 2018)

Adapun pernyataan dari penyiar radio Suara Kota yang merangkap sebagai staf humas, Rosi Indriana, S. Sos memberikan tanggapan sebagai berikut :

“kita (humas dan pers) ini harus jalan bersama –sama. Harus selalu terlibatlah media dengan humas. Apalagi kan kita tau media itu penyambung lidah pemerintah untuk masyarakat. yah, hampir di semua kegiatan pemerintah tentunya pers berperan juga sih.”

Berdasarkan penjelasan di atas, sudah dipastikan peran media bagi keberlangsungan kegiatan humas dan Pemerintah Kota Mataram sangat besar, humas dianggap sebagai corong pemerintah untuk mengendalikan arus informasi dan komunikasi, sementara media sebagai penyambung lidah antara pihak pemerintah dan masyarakat Kota Mataram. Segala kegiatan yang dilakukan pemerintah diharapkan dapat diketahui oleh masyarakat dikarenakan tugas yang diemban oleh pemerintah adalah untuk memakmurkan, menyejahterakan dan melindungi kepentingan rakyat. Selain fungsi publikasi, media juga sebagai fungsi kritik untuk pemerintah, dikarenakan keberadaan media yang tidak hanya satu arah namun memuat aspirasi dan opini dari masyarakat yang dapat membantu keberhasilan program pemerintah, karena program pemerintah harus tetap sasaran dan

sesuai dengan kondisi dan masalah di suatu daerah. adapun pendapat serupa oleh wartawan Lombok Post, Lalu Muhammad Zainuddin sebagai berikut :

“Masyarakat bisa lebih tau program apa yang dilakukan pemerintah karena sejauh ini kan kegiatan – kegiatan banyak yang tidak tersosialisasi dengan baik. Hadirnya media membantu pemerintah untuk memberitahu ini loh kegiatannya, meskipun di sisi lain kita juga kadang mengkritik. Hal – hal yang masyarakat perlu untuk tau, jadi apapun informasi yang mereka perlu pahami dengan baik meskipun itu tidak terekspos ya kita harus komunikasikan dengan baik supaya masyarakat juga tau gitu.” (Data hasil wawancara dengan salah seorang wartawan Lombok Post, Lalu Muhammad Zainuddin pada 13 Januari 2018)

Pada dasarnya, hubungan yang dibangun oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dengan media merupakan kegiatan yang saling menguntungkan dan bernilai positif jika dibangun dengan baik dan terkontrol. Hubungan dengan media atau biasa disebut *media relations* merupakan kegiatan kehumasan dengan publik eksternal organisasi, keberadaan *media relations* adalah sebagai bagian dari strategi pemerintah untuk membangun Kota Mataram melalui publisitas dan pemberitaan melalui media sehingga dapat diterima oleh masyarakat luas. Selain itu, keberadaan media membantu Pemerintah Kota Mataram khususnya tujuan humas untuk membangun Kota Mataram mencapai Visinya yaitu, Kota Mataram Maju, Religius dan Berbudaya salah satunya melalui pembenahan praktek penyebaran informasi, publisitas dan pemberitaan demi menjaga stabilitas dan kredibilitas pemerintah di hadapan publik. Membangun pengertian yang baik di mata publik merupakan salah satu tujuan Pemerintah Kota Mataram dan pihak humas untuk membangun citra yang baik dan positif di mata masyarakat dan publik eksternal Pemerintah Kota Mataram. Citra yang baik sangat dibutuhkan oleh setiap organisasi khususnya instansi pemerintahan untuk menunjang

keberlangsungan dan kesuksesan pemerintah dalam menjalankan setiap kebijakan, regulasi, program di masyarakat.

4.3.4 Media Relations sebagai upaya untuk membentuk citra Kota Mataram

Media relations erat kaitannya dengan pembentukan citra, citra adalah salah satu tujuan dari pembentukan organisasi ataupun instansi pemerintahan. Seseorang mendirikan organisasi adalah untuk diakui keberadaannya dan memiliki persepsi baik dari publik atas organisasinya, begitupun dengan instansi pemerintahan yang keberadaannya adalah untuk masyarakat luas. Instansi pemerintahan membangun realitas yang baik melalui media agar terciptanya persepsi yang baik oleh masyarakat akan keberadaan instansi pemerintahan khususnya pada Pemerintah Kota Mataram. Kota Mataram memiliki tujuan untuk dikenal sebagai daerah yang menjunjung nilai dan norma yang nantinya diharapkan menjadi identitas Kota Mataram, sebagai daerah yang maju, religius dan berbudaya. Melalui kegiatan kehumasan, Pemerintah Kota Mataram mencoba membentuk citra yang baik di masyarakat salah satunya dengan menggandeng media massa.

Peran media bagi perkembangan pembentukan citra Kota Mataram adalah pada takaran bahwa media bekerja untuk menyampaikan pesan, isu dan informasi kepada masyarakat. Berbagai bentuk pemberitaan yang diterima masyarakat dapat berpengaruh pada bagaimana citra tersebut akan terbentuk. Maka dari itu, perlunya menjaga kestabilan hubungan yang baik dengan media juga sebagai usaha untuk mengontrol segala pemberitaan yang akan turun ke masyarakat. Opini masyarakat yang berkembang berdasarkan hasil dari pemberitaan dapat membentuk, menguatkan, menjaga ataupun mendefinisikan citra Pemerintah Kota Mataram kepada publik. Oleh karena itu,

keberadaan dan dampak adanya media massa merupakan sesuatu hal yang sangat perlu untuk diperhatikan. Pengaruh media dapat menggerakkan opini publik dan dapat berpengaruh pada pembentukan citra di Kota Mataram. Hal ini disebabkan karena masyarakat lebih banyak mendapatkan informasi melalui media, berbagai peristiwa dan segala bentuk kejadian dan situasi di berbagai daerah berkembang melalui media. Adapun penjelasan terkait pemberitaan di media juga dijelaskan oleh Kepala Sub Bagian Humas, Ibu Martha Yuli, S. Kom sebagai berikut :

“karena kami sebagai humas yang tugasnya mengenai penyebarluasan informasi, kami menerima opini – opini masyarakat yang sarannya diberikan melalui media, jadi melalui media kami melihat saran – saran yang diberikan masyarakat kepada pemerintah. Pemerintah sendiri memiliki jalur khusus untuk menampung aspirasi masyarakat ataupun keluhan masyarakat terkait proses pembangunan daerah.” (Data hasil wawancara dengan Ibu Martha Yuli, S. Kom selaku Kepala Sub bagian Humas pada 4 Januari 2018)

Pernyataan di atas mewakili seberapa pentingnya media bagi humas dan Pemerintah Kota Mataram. Selain sebagai sarana untuk penyebarluasan informasi, keberadaan media adalah sebagai fungsi kontrol untuk pemerintah dalam pelaksanaan kegiatan dan upaya pembentukan citra yang positif. Terkait dengan segala pemberitaan yang dianggap dapat mempengaruhi segala penilaian baik dan dapat mempengaruhi citra Pemerintah Kota Mataram, humas selalu melakukan kontrol pada setiap pemberitaan yang keluar di media setiap hari melalui kegiatan *media controlling*, menurut data yang telah dihimpun, dihitung dan dianalisis penulis pada tahun 2016 terdapat 2.904 pemberitaan mengenai Kota Mataram, Pemerintah Kota Mataram serta Kepala Daerah dan terdapat 694 pemberitaan positif, 1872 pemberitaan netral (tidak memihak), dan hanya 338 pemberitaan negatif selama satu tahun. Sedangkan untuk pemberitaan tahun 2017 mengalami penurunan dalam penilaian dan penulisan pemberitaan negatif di media

dari total 2.592 pemberitaan ada sekitar 854 pemberitaan positif, 1486 pemberitaan netral (tidak memihak), dan hanya ada 252 pemberitaan negatif selama tahun 2017. (Sumber : Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram)

Berdasarkan hasil yang ada di media cetak, dan hasil yang dirasakan oleh humas Pemerintah Kota Mataram, keberadaan Kota Mataram saat ini cukup diperhitungkan untuk pada tahapan pembentukan citra menuju kota yang Maju, Religius dan Berbudaya. Jika dilihat dari pemberitaan di media cetak, jumlah pemberitaan yang dominan positif membuat Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, Drs. Lalu Mashun memberikan tanggapan sebagai berikut :

“seperti yang sering kita lihat dan baca, ya begitulah Alhamdulillah cukup positif. Masyarakat juga tidak terlalu banyak memberikan komentar negatif pada pemerintah. Kita contohkan misalnya ada dewan pengawas dari Anggota Dewan Perwakilan Rakyat memiliki keluhan dan disampaikan melalui koran, dan kami selaku humas Pemerintah Daerah langsung mengklarifikasi dan terjun langsung ke lapangan.” (Data hasil wawancara dengan Kepala Bagian Humas dan Protokol, Drs. Lalu Mashun pada 5 Januari 2018)

Ketanggapan pekerja humas dalam menyikapi segala pemberitaan sebagai salah satu kunci untuk menjaga agar isu yang berkembang di masyarakat tidak melebar dan membuat masalah baru. Prinsip yang dibangun oleh humas adalah memanfaatkan media agar jika terjadi adanya pemberitaan yang negatif segera melakukan klarifikasi sehingga tidak memuncakkan isu yang berkembang dan dapat mempengaruhi citra Pemerintah Kota Mataram di mata masyarakat dan publik internal maupun eksternal Pemerintah Kota Mataram. Pentingnya *media relations* pada pembentukan citra Kota Mataram adalah sebagai bentuk upaya dari humas Pemerintah Kota Mataram. Hal ini juga dijelaskan oleh Kepala Sub Bagian Humas, Ibu Martha Yuli, S. Kom sebagai berikut :

“Tentunya upaya kita untuk mengangkat citra positif daerah, caranya dengan memberikan pemberitaan yang positif. Pemberitaan yang positif ini sangat diperlukan agar masyarakat percaya bahwa pemerintah benar – benar bekerja untuk kesejahteraan masyarakat. jadi peran media sebagai penyeimbang terkait pemberitaan peliputan tentang kegiatan pemerintah dan sebagai koreksi pemerintah untuk memperbaiki kinerja. Jadi kita mendorong pemberitaan positif melalui media. Kita tidak perlu anti terhadap media jika ada pemberitaan miring, namun kita jawab dengan perbaikan hasil kerja.” (Data hasil wawancara dengan Ibu Martha Yuli, S. Kom, selaku Kepala Sub Bagian Humas pada 4 Januari 2018)

Menurut salah seorang staf humas Pemerintah Kota Mataram, saat ini Kota Mataram dirasa sudah pada tahapan menuju Kota yang dikatakan layak, baik dan mendekati tujuannya sesuai dengan Visi-nya yaitu, Kota Mataram Maju, Religius dan Berbudaya. Hal ini disampaikan langsung oleh salah seorang staf humas, Ni Made Sri Widiasti, A. Md sebagai berikut :

“kalo sekarang ya di NTB kita lihat dengan kabupaten/ kota yang lain, memang Kota Mataram ini yang paling tinggi ya kalau kita lihat apalagi posisinya ibukota ya. Jadi, masyarakat sudah mulai merasakan banyak kemajuan Cuma memang tuntutan memang masih banyak terutama sekali kebersihan, namanya juga Kota berkembang itu sampah itu pasti dimana – mana. Nah, yang kaya gitu tu masih kita usahakan dan masyarakat juga ngerti karena itu tu nggak bisa Cuma dari pemerintah aja karena masyarakat juga harus ikut berperan.” (Data hasil wawancara dengan staf humas, Ni Made Sri Widiasti, A. Md pada 15 Januari 2018)

Adapun pernyataan lain yang disampaikan oleh Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, Drs. Lalu Mashun sebagai berikut :

“Jadi 3 dari visi Kota Mataram sudah dilaksanakan dan senyatanya masyarakat di Kota Mataram sudah merasakan itu semua. Untuk kemajuan di Kota Mataram sudah mengalami peningkatan di semua bidang, seperti kesehatan, pendidikan, ekonomi maupun pembangunan di Kota Mataram bisa kita liat secara umum. Religiusnya bisa kita lihat kegiatan keagamaan kita di Kota Mataram dari semua etnis maupun agama berjalan dengan baik dan tidak ada unsur – unsur keributan dan gangguan keamanan yang mengatasnamakan agama atau unsur SARA. Untuk kebudayaan sendiri, Alhamdulillah dalam setiap kegiatan kita selalu munculkan unsur kebudayaan ini, jadi di semua kegiatan kita semua elemen kita rangkul untuk membuktikan bahwa kami mampu untuk mewujudkan visi Kota Mataram ini.” (Data hasil wawancara dengan Kepala Bagian Humas dan Protokol, Drs. Lalu Mashun pada 5 Januari 2018)

Selain itu, salah seorang wartawan dari Lombok Post, Lalu Muhammad Zainuddin juga menganggap bahwa citra Kota Mataram saat ini sudah cukup bagus, hanya saja perlu ada pembenahan dalam pengelolaan sampah dan protistusi *online*. Namun, adanya semangat dari Pemerintah Kota Mataram untuk melawan segala permasalahan dan mencapai tujuannya sesuai dengan Visi dan Misinya, serta tidak tinggal diam dengan segala pemberitaan di media menunjukkan bahwa ada semangat dari Pemerintah Kota Mataram untuk membentuk citra sesuai dengan slogannya, yaitu Kota Mataram Maju, Religius dan Berbudaya. (Data hasil wawancara dengan wartawan Lombok Post, Lalu Muhammad Zainuddin, pada 13 Januari 2018)

Untuk membuktikan bahwa Kota Mataram adalah daerah yang layak untuk diperhitungkan, Kota Mataram membalas dengan adanya berbagai penghargaan daerah baik di Provinsi, dan tingkat nasional. Adapun penghargaan – penghargaan yang telah diterima oleh Kota Mataram pada tahun 2016 – 2017 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Penghargaan Kota Mataram

No	Penghargaan	Tahun
1	National Procurement Award 2016 pada Kategori Komitmen 100% e-Procurement Pemenuhan Inpres Nomor 7 Tahun 2015	2015
2	Inpres Nomor 10 Tahun 2016 dalam Aksi Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi pada Rakernas LPSE 2016 di Jakarta	2016
3	Peringkat I Nasional Keterpaduan Infrastruktur Pekerjaan Umum dan	2016

	Perumahan Rakyat.	
4	Sertifikat ISO 9001:2008 Bidang Pelayanan Kependudukan dan Pencatatan Sipil oleh Mendagri.	2016
5	IPHI Award 2016 Bidang Kepedulian Lingkungan Hidup	2016
6	Penghargaan Dalam Penerapan KTP – Elektronik sehingga dapat mencapai target Penerbitan KTP – Elektronik sesuai jumlah yang telah ditetapkan oleh Mendagri.	2016
7	Peringkat I Nasional Keterpaduan Infrastruktur Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat oleh Kementerian PUPR.	2016
8	Kota Peduli HAM	2016
9	Peringkat I Pemeingkatan Keterbukaan Informasi Badan Publik Kategori Pemkab/ Kota se- Provinsi Nusa Tenggara Barat.	2016
10	Penghargaan Wahana Tata Nugraha sebagai daerah yang sukses memelihara dan menata lalu lintas dan keselamatan lalu lintas dari Kementerian Perhubungan RI.	2016
11	Piala Wahana Tata Nugraha kategori Kota Sedang, diserahkan oleh Wakil Presiden RI di Jakarta	2016
12	Penghargaan Unit Pelayanan Publik	2017

	Terbaik Tahun 2017 kepada DPMPTSP, RSUD dan Disdukcapil Kota Mataram diserahkan oleh Menteri PAN-RB RI	
13	Sertifikat penghargaan dari SITRRRD (<i>Strengthened Indonesian Resilience : Reducng Risk form Disaster/</i> Penguatan Ketangguhan Indonesia melalui Pengurangan Resiko Bencana) atas peran aktif dalam mengimplementasikan Program SITRRRD Tahap I (2014 – 2017) dalam kegiatan penanggulangan resiko bencana di Kota Mataram.	2014 - 2017
14	Piagam dari Gubernur Nusa Tenggara Barat sebagai Kabupaten/ Kota terbaik dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Acara Musrenbang Provinsi Nusa Tenggara Barat.	2017
15	Juara I Stand Gelar Teknologi Tepat Guna Tk. Provinsi NTB ke- XV	2017
16	IPHI Awards Terbaik Tingkat Nasional di Bidang Pemberdayaan Umat.	2017
17	Penghargaan WTP atas hasil pemeriksaan laporan keuangan Pemda	2016
18	Penghargaan Inspirator Pembangunan Daerah dari Pusat Kajian Keuangan Negara yang diberikan kepada Walikota Mataram H. Ahyar Abduh.	2017
19	Penghargaan Bakti Koperasi dan Usaha Kecil Menengah yang diberikan kepada Wakil Walikota Mataram, H. Mohan	2017

	Roliskana.	
20	Penghargaan Kota Layak Anak	2017
21	Penghargaan Percepatan Cakupan Pemberian Akta Kelahiran Anak	2017
22	Penghargaan Pengembangan Forum Anak Daerah Terbaik	2017
23	Piala Adipura Kategori Kota Sedang	2017
24	Peringkat II Kepatuhan Standar Pelayanan Publik Versi Ombudsman RI	2017

. (Dokumentasi Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram)

4.4 Analisis Data

4.4.1 Pelaksanaan *Media Relations* oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram

Media relations merupakan salah satu kegiatan kehumasan (*public relations*), menjalin hubungan dengan media merupakan keharusan bagi humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Pentingnya *media relations* bagi sebuah organisasi khususnya instansi pemerintahan adalah sebagai bentuk usaha untuk mencapai publikasi. Selain itu, membangun hubungan dengan media merupakan salah satu cara yang dianggap paling efektif untuk membangun, membentuk, dan bahkan meningkatkan citra organisasi, khususnya Pemerintah Kota Mataram. Menurut Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, media bukan hanya alat untuk mencapai tujuan publisitas, melainkan mitra kerja yang sejajar yang merupakan elemen terpenting dalam pelaksanaan sebuah kegiatan organisasi di Pemerintah Kota Mataram. Adanya ketergantungan, keterkaitan dan saling menguntungkannya hubungan antara humas dan media menjadi alasan lain terbentuknya *media relations* antara Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dengan media massa.

Berdasarkan pengertian di atas, adapun tujuan dari Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram untuk melakukan kegiatan *media relations* adalah sebagai berikut :

a) Memperoleh publisitas terkait aktivitas pemerintahan

Publisitas merupakan kegiatan yang dilakukan humas untuk mendapatkan pemberitaan di media terkait dengan segala aktivitas dan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi, khususnya instansi pemerintahan seperti Pemerintah Kota Mataram. Adapun pernyataan lain mengenai publisitas, yaitu segala bentuk kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan perusahaan/ organisasi/ produk kepada masyarakat melalui media massa. (Kriyantono, 2008, h. 41)

Kegiatan publisitas memiliki tujuan tersendiri oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam pelaksanaan *media relations*. Hal ini merupakan upaya humas untuk mengenalkan masyarakat Kota Mataram terkait segala informasi mengenai program pemerintahan, regulasi, kebijakan – kebijakan, serta aktivitas dan agenda pemerintah serta Kepala Daerah Kota Mataram. Untuk melakukan semua itu, tentunya membutuhkan media sebagai *support system* (sistem pendukung) dalam kegiatan penyebaran informasi secara *massive* (luas) kepada masyarakat Kota Mataram. Berdasarkan kebutuhannya terhadap media, Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram menjalankan strategi *media relations*. Strategi *media relations* yang dilakukan oleh humas dengan mengelola hubungan (relasi), mengelola hubungan dengan media dianggap sebagai kegiatan pokok dalam pelaksanaan strategi *media relations*. Dalam pelaksanaan kegiatan penyebarluasan informasi, Bagian Humas dan

Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram memposisikan dirinya sebagai corong pemerintah dalam hal penyampaian informasi kepada publik, sedangkan media sebagai jembatan penghubung antara Pemerintah Kota Mataram dengan masyarakat.

Bentuk – bentuk informasi yang disebarkan melalui media sangatlah banyak, misalnya saja mengenai penetapan Kota Mataram sebagai Kota Layak Anak tahun 2016. Dalam pelaksanaan kegiatan penyebaran informasi terkait, Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram menggandeng media untuk melakukan publisitas atau penyebaran informasi terkait adanya sebuah program baru di Kota Mataram dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Pada saat pelaksanaan kegiatan penyebaran informasi, Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram sekaligus melakukan kegiatan strategi *media relations*, dimana kegiatan strategi *media relations* dilakukan pada saat humas menggunakan media sebagai alat penyebaran informasi tersebut, tidak hanya satu media namun berbagai macam media yang sudah bekerja sama dengan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram diberikan akses informasi untuk penyebaran informasi dengan tujuan untuk menyebarkan informasi meluas kepada masyarakat Kota Mataram. Media yang digunakan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram adalah media koran, televisi, radio dan portal berita *online*.

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram selain membangun hubungan kerja sama dengan berbagai media juga membangun hubungan dengan persatuan wartawan di Kota Mataram yang tergabung dalam Forum Wartawan Kota demi mencapai tujuan dalam kemudahan akses dengan wartawan kota dan membangun hubungan kerja yang baik, serta mempermudah dalam bertukar informasi.

b) Mendapatkan Partisipasi Masyarakat terkait upaya pemerintah

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram bertujuan untuk mendapatkan perhatian, dan merubah sikap masyarakat agar lebih aktif untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemerintah. Melalui *media relations*, diharapkan dapat memberikan dampak kepada masyarakat untuk lebih aktif terhadap kegiatan yang dilakukan pemerintah, melalui berbagai bentuk publisitas yang intens di media diharapkan masyarakat lebih mengerti akan setiap program dan kegiatan yang direncanakan dan dikerjakan Pemerintah Kota Mataram., karena media membantu pemerintah dan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam penyebaran informasi khususnya kepada masyarakat luas.

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram menjalin hubungan dengan berbagai media, baik media konvensional seperti koran dan elektronik seperti televisi, radio dan juga portal berita *online* untuk menunjang kerja humas dalam menyebarkan informasi untuk melancarkan segala bentuk kegiatan, program, regulasi dan agenda yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Humas menganggap pentingnya media bagi kelangsungan instansi pemerintahan seperti Pemerintah Kota Mataram dirasa sangat perlu melibatkan media dalam segala kegiatannya, terutama untuk menjangkau masyarakat luas dan memberikan pandangan kepada masyarakat bagaimana tujuan pemerintah yang harus dijalankan bersama sehingga membutuhkan masyarakat terlibat dan ikut berpartisipasi demi mencapai tujuan bersama.

c) Membangun hubungan saling terpercaya

Media relations adalah upaya untuk membangun kesepahaman, adanya saling pengertian dalam menjalankan sebuah tujuan khususnya bagi instansi pemerintah. Untuk itu, Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram menjalankan strategi

media relations dengan menyusun strategi, menjadikan humas sebagai corong pemerintah Pemerintah Kota Mataram dan memposisikan diri sebagai pemberi informasi paling tepat dan terpercaya pada Pemerintah Kota Mataram, membangun hubungan yang dapat merekatkan dan membangun kepercayaan antara humas dan pers, sehingga ada kemudahan yang didapatkan terutama dalam bidang peliputan, penyiaran dan penyebaran informasi yang diberikan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram serta Kepala Daerah Kota Mataram. Proses kerja yang dibangun atas dasar saling percaya tentunya akan menghasilkan *output* yang bagus, terutama dalam hal publisitas. Semakin sering dan semakin baik pemberitaan itu dikemas dan disiarkan dapat membuat masyarakat paham dan mengerti apapun program – program, kebijakan ataupun aturan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Mataram.

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram melakukan kegiatan publisitas setiap hari, baik melalui media pemerintah maupun swasta. Dalam pelaksanaan kegiatan publisitas, humas juga menggandeng beberapa media yang menjalankan kontrak secara tertulis, di antaranya adalah; Lombok Post, Radar Lombok dan Suara NTB. Pada beberapa media tersebut mereka menyediakan halaman khusus yang menampilkan dan mengangkat seluruh kegiatan – kegiatan, pencapaian, penghargaan dan pemberitaan terkait Kota Mataram setiap harinya. Kerja sama ini tentunya sangat membantu Pemerintah Kota Mataram, khususnya humas dalam pelaksanaan publisitas.

Keberhasilan publisitas dapat dilihat dari bagaimana isu yang diangkat, atau opini yang terbentuk sudah sesuai dengan keinginan pembuat berita. Hasil yang diinginkan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram melalui

publisitas yang baik adalah adanya kepercayaan yang tumbuh baik pers dan masyarakat kepada humas Pemerintah Kota Mataram. Hal ini dikarenakan, pemerintah tidak dapat berjalan sendiri tanpa dukungan dari masyarakat dan media.

4.4.2 Membangun Hubungan sebagai Strategi *Media Relations*

Strategi merupakan bagian terpadu dari sebuah rencana, dan rencana adalah produk dari sebuah perencanaan yang merupakan salah satu fungsi dasar dari proses manajemen (Ruslan, 2002, h.120). Sedangkan, *Media relations* menurut Lesly (1991) dalam Iriantara (2005, h. 32) merupakan hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan kegiatan publisitas atau merespon kepentingan media akan organisasi. Adapun pendapat lain menyatakan bahwa *media relations* merupakan sebuah aktivitas komunikasi humas (*public relations*) untuk tujuan menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal dan berimbang (Wardhani, 2008, h.9). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi *media relations* merupakan bagian dari sebuah rencana oleh organisasi dengan media dengan tujuan untuk menjalin saling pengertian, hubungan yang baik serta mendapatkan publisitas organisasi secara maksimal.

Berdasarkan pernyataan di atas, adapun prinsip - prinsip Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam menjalin hubungan yang baik adalah sebagai berikut :

a. Memahami dan Melayani Media

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram haruslah membangun *media relations* yang baik, karena pada hakikatnya keterkaitan antara humas dengan pers sangatlah erat. Selain karena kebutuhan media akan informasi juga keberadaan media sebagai sarana publikasi bagi humas. Dalam upaya untuk membina hubungan baik dengan media, humas haruslah paham dan mengenali media massa

tersebut, misalnya saja mengenal bagaimana cara kerja media tersebut, bagaimana gaya bahasa penulisan berita di media tersebut (khusus media cetak), dan bagaimana etika profesi pekerja media tersebut, bahkan bagaimana visi dan misi media tersebut.

Dalam upaya memahami dan melayani media/ pers, Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram berupaya untuk selalu memberikan pelayanan yang baik dan prima untuk segala kebutuhan wartawan pada proses pencarian informasi ataupun hal – hal lain yang dibutuhkan wartawan dan media. Prinsip keterbukaan dan tidak vulgar untuk menjaga nama baik Pemerintah Kota Mataram adalah prinsip yang diterapkan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram. Penerapan strategi *media relations* oleh humas Pemerintah Kota Mataram adalah dengan membangun dan mengelola relasi, mengembangkan strategi, mengembangkan jaringan tentunya dengan memelihara hubungan baik dengan media massa.

Cara yang digunakan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam memudahkan kegiatan penyiaran, penyebaran informasi dan kepentingan lainnya adalah dengan menjalin hubungan dengan berbagai wartawan yang ada di Kota Mataram yang tergabung dalam Forum Wartawan Kota. Selain itu, untuk memudahkan akses informasi Bagian Humas dan Protokol melalui Sub Bagian Publikasi dan Dokumentasi menjalin hubungan dengan membentuk grup di media sosial seperti *WhatsApp*, LINE, BBM (*Blackberry Messenger*), serta mendata setiap wartawan sehingga dapat dihubungi melalui *e- mail*, maupun kontak seluler pribadi melalui telepon dan sms. Segala bentuk kegiatan dan agenda biasanya dikirimkan melalui *e- mail* dan diberitakan melalui *broadcast message* (pesan siaran) dalam grup sosial media. Kesiapan humas dalam memberikan informasi dinilai baik, dikarenakan adanya latar kebutuhan yang saling menguntungkan diantara humas dan pers membuat Bagian Humas dan Protokol

Sekretariat Daerah Kota Mataram sebisa mungkin memberikan segala informasi yang diperlukan dan dibutuhkan oleh wartawan dan media.

Hal serupa juga dibenarkan oleh wartawan yang menjalin hubungan dengan Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, bahwa setiap ada pemberitaan dan agenda selalu diberitakan melalui *e-mail* ataupun grup media sosial yang dibentuk. Dalam menjalankan prinsip memahami dan melayani media, setiap staf yang berada dibawah Bagian Humas dan Protokol haruslah menjalankan tugas untuk menjalin hubungan dengan media, bahkan menurut salah seorang staf humas menuturkan bahwa Kantor Bagian Humas sudah layaknya rumah kedua bagi wartawan, dikarenakan adanya kedekatan antara humas dan wartawan dalam pelaksanaan tugas masing – masing dengan memberikan informasi kepada wartawan, sedangkan sebaliknya pemerintah diuntungkan dengan adanya wartawan dan media sebagai sarana penyebarluasan informasi bagi masyarakat.

b. Membangun Kepercayaan dengan Media

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram mencoba membangun kepercayaan dengan memberikan informasi secara tepat, cepat dan akurat sehingga dapat menimbulkan kesan yang baik bagi wartawan. Sebagai pintu gerbang pemberian informasi terkait Pemerintah Kota Mataram, humas memposisikan dirinya sebagai corong pemerintah yang mengatur segala bentuk informasi yang keluar dan masuk dalam instansi Pemerintah Kota Mataram, dan menjadi mitra kerja pers dalam memperoleh informasi terkait Pemerintah Daerah Kota Mataram dan Kepala Daerah, serta berbagai informasi terkait Kota Mataram yang dibawah kendali pemerintah sehingga Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram menjadi salah satu pemberi informasi terbaik di instansi Pemerintah Kota Mataram.

Pemberian informasi kepada media oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dilakukan setiap hari, selain itu juga humas memberikan fasilitas berupa *media center* untuk melakukan kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan media seperti kegiatan *press briefing* ataupun konferensi pers. Selain memberikan informasi yang akurat, dan terpercaya humas juga selalu melibatkan pers dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Mataram, tidak hanya itu humas juga sering melibatkan dirinya dalam kegiatan yang dilakukan oleh wartawan ataupun media, seperti misalnya memberikan pelatihan jurnalistik kepada pelajar SMA/SMK di Kota Mataram.

4.4.3 Upaya Bagian Humas dalam Pembentukan Citra Kota Mataram

Konstruksi realitas akan keberadaan dan gambaran Kota Mataram saat ini yang beredar dan terbentuk di masyarakat merupakan salah satu hasil dari realitas yang digambarkan oleh media melalui pemberitaan. Berdasarkan keberadaan media yang memiliki pengaruh dan jangkauan yang luas, masyarakat lebih mudah untuk mendapatkan informasi berdasarkan realitas yang digambarkan oleh media. Keberadaan pemberitaan yang dikeluarkan oleh media memiliki dampak bagi Pemerintah Kota Mataram, hal ini dapat bergantung oleh jenis pemberitaan yang dikeluarkan serta jenis pemberitaan yang diterima oleh masyarakat.

Pada dasarnya, keberadaan media adalah untuk memberitakan, menyebarluaskan dan menyampaikan segala peristiwa, kondisi, ataupun suasana di suatu daerah yang layak dan memiliki nilai berita. Untuk mencegah pemberitaan negatif mengenai Pemerintah Kota Mataram, Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram melakukan kegiatan *media*

relations sebagai upaya menyebarnya pemberitaan yang tidak diinginkan dan dapat menghambat proses pembentukan citra Kota Mataram.

Kegiatan *media relations* dianggap dapat mempengaruhi pada proses pembentukan citra Kota Mataram. Hal ini dilihat dari bagaimana Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram menganggap bahwa media bisa sebagai mitra ataupun bisa menjadi ancaman bagi pemerintah. Hal ini yang menjadikan Bagian Humas dan Protokol lebih ingin mengenali media agar segala jenis pemberitaan yang tersebar di media dapat terkontrol dengan baik sehingga humas dapat menyatukan opini antara masyarakat dengan keinginan Pemerintah Kota Mataram. Bagian Humas mencoba untuk mengenali media lebih baik tentunya untuk membangun hubungan yang baik serta saling menguntungkan sehingga tujuan untuk menjadikan media sebagai mitra dalam bekerja dapat terwujud serta dapat mengurangi resiko adanya pemberitaan buruk yang akan mengancam Pemerintah Kota Mataram.

Bagian Humas dan Protokol beranggapan bahwa opini yang berkembang di masyarakat menjelaskan bagaimana gambaran Kota Mataram di luar instansi pemerintah. Berdasarkan opini yang terbentuk dari internal dan eksternal pemerintah dapat mempengaruhi bagaimana citra Kota Mataram yang sebenarnya bagi masyarakat umum. Untuk itu, Strategi *media relations* dipilih untuk dijalankan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram untuk membentuk citra Kota Mataram sesuai dengan visi dan misi pemerintah.

Berdasarkan analisis penulis dihimpun dari berbagai sumber saat penelitian, serta dokumentasi penelitian. Berbagai kegiatan *media relations* telah dilaksanakan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, tujuan umum yang ingin dicapai oleh

humas bersama Pemerintah Kota Mataram adalah terwujudnya “Kota Mataram Maju, Religius dan Berbudaya”.

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat daerah Kota Mataram berdasarkan tugasnya yaitu mengelola informasi, memposisikan diri sebagai jembatan penampungan opini – opini, kritikan dan saran dari masyarakat sehingga dapat dijadikan refleksi bagi Pemerintah Kota Mataram terkait proses pembangunan daerah. Selain itu, peran media juga dimanfaatkan oleh Bagian Humas sebagai wadah untuk menyebarluaskan informasi secara maksimal kepada masyarakat, sehingga informasi terkait penyelenggaraan pemerintah dapat berjalan dengan baik dan maksimal. Berdasarkan tugas yang diemban oleh humas, humas juga harus selalu tanggap dalam menyikapi segala pemberitaan yang beredar di masyarakat, jangan sampai ada isu ataupun pemberitaan negatif yang menyebar sehingga dapat mempengaruhi masyarakat. Untuk itu, Bagian Humas dan Protokol selalu memberikan klarifikasi sesegera mungkin sehingga tidak memuncakkan isu yang berkembang dan dapat mempengaruhi citra Kota Mataram. Selain itu, upaya yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Kota Mataram untuk mengangkat citra positif Kota Mataram tentunya dengan memberikan pemberitaan – pemberitaan yang positif sehingga masyarakat percaya kepada pemerintah bahwa kerja pemerintah daerah Kota Mataram adalah untuk kesejahteraan masyarakat serta mengupayakan untuk tetap mengontrol berbagai pemberitaan yang ada di media sehingga Bagian Humas dapat menganalisa pemberitaan yang ada di media.

Adapun upaya lain yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram adalah dengan melayani media dengan baik, salah satunya dengan memberikan informasi – informasi yang dibutuhkan oleh media. Hal ini dilakukan dikarenakan Pemerintah Kota Mataram juga menjunjung tinggi Keterbukaan Informasi Publik, selain untuk kebutuhan

informasi juga sebagai pemenuhan syarat dalam pelaksanaan Mataram *Smart City* atau pelaksanaan Program berbasis kemudahan akses informasi bagi masyarakat.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi *media relations* yang dilaksanakan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram yang telah dikaji dan ditarik kesimpulan berdasarkan rumusan masalah, teori – teori yang digunakan serta analisis data yang telah diperoleh. Maka telah ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram adalah dengan mengelola relasi dengan para pelaku media, baik pimpinan redaksi, redaktur dan wartawan yang bekerja langsung dengan humas pemerintah. Kegiatan membangun relasi yang dilakukan dalam beberapa bentuk seperti; melibatkan media dalam setiap kegiatan pemerintah, mengundang wartawan dalam kegiatan yang bertujuan untuk membentuk hubungan dengan media, dan melakukan kegiatan pelatihan jurnalistik bersama dengan media.
2. Strategi *media relations* yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram adalah sebagai berikut; pendekatan personal sebagai strategi *Media Relations*, menjadikan pers sebagai mitra yang sejajar, menerapkan prinsip *mutual benefit* antara humas dan pers, menerapkan strategi keterbukaan informasi, serta melakukan pengembangan kompetensi di Bidang *Media Relations*.

3. Upaya Bagian Humas dan Protokol untuk melakukan kegiatan pembentukan citra Kota Mataram melalui media dilakukan dengan mencoba untuk melayani media dengan selalu memberikan informasi yang dibutuhkan media, serta memposisikan media sebagai jembatan informasi yang dapat menyampaikan segala informasi yang diinginkan kepada masyarakat sehingga dapat membentuk opini publik yang positif pada hasil kegiatan *media relations*. Selain itu, Pemerintah Kota Mataram juga mengembangkan *Smart City*, keterbukaan informasi publik, serta prioritas pelayanan publik untuk mencapai visi-nya yaitu “Mataram Maju, Religius dan Berbudaya”.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan di lapangan, serta analisis data yang dilakukan pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram, peneliti menemukan beberapa saran untuk diterapkan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram agar lebih baik dalam pelaksanaan strategi *media relations* sebagai berikut :

1. Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram diharapkan lebih baik dalam pelaksanaan kegiatan *press release*, dan lebih cepat dalam pemberian informasi terkait berbagai kegiatan pemerintah kepada wartawan dan media sehingga media dapat memperoleh informasi yang lebih jelas, akurat dan terpercaya.

2. Bagian Humas dan Protokol lebih banyak mengadakan pelatihan khusus pada Bidang *Media Relations* kepada staf humas, sehingga dapat menghasilkan kualitas Sumber Daya Manusia yang diharapkan mempermudah kegiatan humas dalam pelaksanaan kegiatan kehumasan, khususnya *media relations*.
3. Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram harus lebih sering mengadakan kegiatan bersama dengan pers, sehingga terciptanya kepercayaan yang lebih oleh pers terhadap humas Pemerintah Kota Mataram.
4. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya, meneliti relasi – relasi Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram seperti Forum Wartawan Kota, Redaktur media massa, dan masyarakat Kota Mataram sehingga peneliti mengetahui alasan media memuat pemberitaan mengenai Kota Mataram, bagaimana relasi yang dibangun oleh humas dengan para pekerja pers di Kota Mataram serta mengetahui kondisi Kota Mataram melalui kaca mata masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2004). *Press Relations. Kiat Berhubungan dengan Massa*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, E. (2012). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E. (2013). *Handbook of Public Relations*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media (Cetakan Kedua).
- Ardianto, E. (2014). *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Berger, A. (2000). *Media and Communication Research Methods*. London: SAGE Publications
- Bungin, B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Cutlip, Scott M. Allen H, Center. Broom, Glen M. (2000). *Effective Public Relations*. New Jersey : Prentice Hall

Danasaputra, C. H. (1995). *Kontribusi Kegiatan VIP Part Terhadap Citra Positif Tamu-Tamu pada Grand Hotel Preanger Bandung*. Skripsi. Fikom Unpad Bandung

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

Effendy, O. U (2002). *Human Relations and Public Relations*. Bandung: Madas Maju

Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition*. Massachusetts: Lexington

Iriantara, Y. (2005). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Khasali, R. (1994). *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media

Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Kriyantono, R. (2012). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.

- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S, T & Toth, E, L. (2010). *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba
- Lesly, P. (1992). *Public Reletions Handbook*. New York: Pantice Hall
- Margono, S. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory; An Introduction. Third Edition*. London : Sage Publications.
- Mulyana, D. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muwafik, S (2010). *Public Service Communication*. Malang: UMM Press
- Moelong, J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moelong, J. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Neuman, M. L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative And Quantitative Approaches*. USA
- Nurudin. (2008). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Grafimdo Persada

Rasyid, R. (1998). *Makna Pemerintahan: Tinjauan Dari Segi Etika dan Kepemimpinan*. Jakarta: Yarif Watampone.

Rumanti, A. M. (2002). *Dasar – dasar Public Relations : Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Grasindo

Ruslan, R. (2005). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Sedarmayanti. (2009). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: CV. Mandar Maju

Soemirat, Ardianto. (2002). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Soemirat, Ardianto. (2012). *Dasar – Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung : Penerbit Alfabeta

Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sutopo, HB. (2006), *Metode Penelitian Kualitatif*, Surakarta: UNS Press.

Wardhani, D. (2008). *Media Relations; sarana membangun reputasi organisasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Wimmer, Roger D & Joseph R. Dominick. (2000). *Mass Media Research: An Introduction*, Wadsworth Publishing Company. Belmont California: Sixth Edition.

Sumber Jurnal :

[Briley](#), R., Fowler, P., Teel, J.(2002).*Media Relations: The Need for Good Relationship with Media*.

Khodarami, E. (2009). *Media relations: Disaster Prevention and Management*.

Park & Cho (2012). *Declining relational trust between government and publics, and potential prospects of social media in the government public relations*.

Rodgers, Ronald (2008). *Public Relations and the Press: The Troubled Embrace*.

Wiji, K. (2013). *Peran Kehumasan dalam Membangun Citra Pemerintah do Kabupaten Kutai Barat*.

Woolpert, E. (1940). *Public Relations in Local Government*. American Library Association

Zhang Di. (2012). *A relational perspective on media relations strategies: The Chinese government's news conferences from 2001 to 2009*.

Sumber Internet :

Lombok Destinasi Wisata Halal Terbaik. (2015, Oktober 22). *Republika Online*.

Diakses melalui media online www.republika.co.id/berita/koran/halaman-1/15/10/22/nwly063

Mataram Raih Dua Penghargaan Nasional Bidang Administrasi Kependudukan. (2016, Maret 17). *Kicknews.today*. Diakses melalui media online <http://kicknews.today/2016/03/17/mataram-raih-dua-penghargaan-nasional-bidang-administtasi-kependudukan/>

Media Massa dan Masyarakat. Hamdani Thaha. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2017 melalui media online <http://altajdidstain.blogspot.co.id/2011/02/media-massa-dan-masyarakat.html>.

Pemerintah Kota Mataram Prioritaskan Tiga Program Pembangunan 2016. (2015, November 25). *Rrimataram.com*. Diakses melalui media online

<http://rrimataram.com/pemerintah-koya-mataram-prioritaskan-tiga-program-pembangunan-2016/>

Perbaikan Jalan 45 Km Mataram Anggarkan Rp50 Miliar. (2015, Maret 31).

Bali.bisnis.com. Diakses melalui media online

<http://bali.bisnis.com/read/20150331/74/50599/perbaiki-jalan-45-km-mataram-anggarkan-rp50-miliar->

Situs resmi pemerintah Kota Mataram. Diakses melalui media online

<http://mataramkota.go.id/penghargaan.html>

Situs resmi Badan Pusat Statistik Kota Mataram. Diakses melalui media online

<http://mataramkota.bps.go.id>

Teknik Sampling penelitian kualitatif. Diakses melalui media online

<http://www.eurekapedidikan.com/2015/09/defenisi-sampling-dan-teknik-sampling.html>

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI MEDIA RELATIONS BAGIAN HUMAS DAN PROTOKOL SEKRETARIAT DAERAH KOTA MATARAM DALAM UPAYA PEMBENTUKAN CITRA KOTA MATARAM

SKRIPSI

Disusun Oleh:

BAIQ MIRNA GITA PURNAMA

NIM. 125120200111081

Telah diuji dan dinyatakan LULUS dalam Ujian Sarjana pada tanggal 25 Juli 2018
Tim Penguji

Pembimbing I

M. Fikri, A.R, S.Kom, M.A
NIP/ NIK 198704092015041003

Pembimbing II

Fariza Yuniar R, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP/NIK 2015038906022001



Anggota Penguji I

pi'ce' qn'Arqisoda

Nilam Wardasari, S.I. Kom, M.I. Kom
NIP/NIK 2014058812612001

Anggota Penguji II

VAWIAWAWA

Akh. Muwafik Saleh, S.Sos,M.si
NIP/NIK 19740606200641001

Malang, Agustus 2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Brawijaya



Prof Dr. Iridi Laidigdo, Ak
NIP/NIK 196908141994021001